

**PENGARUH CITRA MEREK DAN GAYA HIDUP
HEDONISME TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
STARBUCKS *COFFEE* DENGAN MINAT BELI
SEBAGAI VARIABEL INTERVENING
DI TINJAU DALAM PERSPEKTIF ISLAM
(Studi Kasus Pada Konsumen DKI Jakarta)**



SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi**

Oleh :

**Nama : Nurul Alawiah
NPM : 1202018093
Program Studi : S-1 Manajemen**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS YARSI**

2022