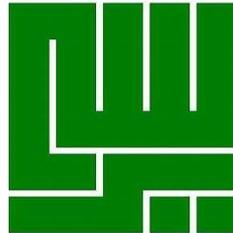


**PENGARUH *ISLAMIC BRANDING* DAN *BRAND AWARENESS* DENGAN  
*PURCHASE INTENTION* SEBAGAI FAKTOR MEDIATOR TERHADAP  
*PURCHASE DECISION* PADA KONSUMEN JIWA TOAST SERTA  
TINJAUANNYA DARI SUDUT PANDANG ISLAM  
(Studi pada Generasi Millennial)**



**SKRIPSI**

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh  
gelar Sarjana Ekonomi Program Studi Manajemen**

**Oleh:**

**NAMA : FAHMIZAN MUSLIH**

**NPM : 120.2017.306**

**PROGRAM STUDI : S-1 MANAJEMEN**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**UNIVERSITAS YARSI**

**JAKARTA**

**2021**