

**ANALISA PENGARUH CITRA MEREK, KEPERCAYAAN MEREK,
PROMOSI, DAN LABEL HALAL TERHADAP MINAT BELI AIR
MINUM LE MINERALE SERTA TINJAUANNYA DARI SUDUT
PANDANG ISLAM**

**(STUDI KASUS PADA PRODUK AIR MINUM LE MINERALE DI
WILAYAH DKI JAKARTA)**



SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk

Memperoleh gelar Sarjana Ekonomi

Program Studi Manajemen

OLEH:

Nama : Dhita Febriyani Putri

NPM : 120.2018.201

Program Studi : S-1 Manajemen

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS YARSI

JAKARTA

2022