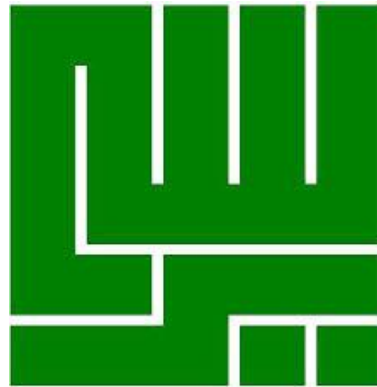


**PENGARUH PERSEPSI HARGA, PERSEPSI PROMOSI, KUALITAS
PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PRODUK AIR
MINERAL NESTLE PURE LIFE DENGAN CITRA MEREK SEBAGAI
VARIABEL MODERASI SERTA TINJAUANNYA DARI SUDUT
PANDANG ISLAM**

**(Studi Kasus Pada Konsumen Air Mineral Nestle Pure Life di Kelurahan
Tugu Selatan)**



SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk
Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen**

Oleh

Eka Setyaningsih

NPM : 1202020025

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS YARSI
TAHUN 2024**