

**PENGARUH PERSEPSI HARGA, *BRAND IMAGE*, PROMOSI, DAN
LOYALITAS PELANGGAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
MERCHANDISE K-POP SERTA TINJAUANNYA DALAM SUDUT
PANDANG ISLAM**

(Studi pada penggemar K-pop di wilayah DKI Jakarta)



SKRIPSI

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk
memperoleh gelar Sarjana Manajemen**

Disusun oleh :

Annisa Putri Andini

1202022017

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS YARSI

JAKARTA

2026