PENGARUH *BRAND IMAGE* DAN *GREEN PRODUCT* TERHADAP MINAT BELI ULANG DENGAN KEPUASAN KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI DAN DALAM SUDUT PANDANG ISLAM

(Studi Pada Produk Fore Coffee di Wilayah Jabodetabek)

SKRIPSI

Oleh:
MOHAMMAD IRSYAD FACHRIZA
1202022060

PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS YARSI
JAKARTA
2026

PENGARUH *BRAND IMAGE* DAN *GREEN PRODUCT* TERHADAP MINAT BELI ULANG DENGAN KEPUASAN KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI DAN DALAM SUDUT PANDANG ISLAM

(Studi Pada Produk Fore Coffee di Wilayah Jabodetabek)

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk
Memperoleh gelar Sarjana Manajemen
Program Studi S-1 Manajemen

Oleh:
MOHAMMAD IRSYAD FACHRIZA
1202022060

PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS YARSI
JAKARTA

2026