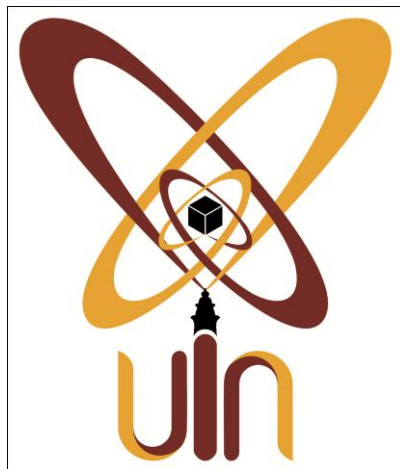


PENGARUH MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK

(Studi Kasus Merek Elizabeth pada Konsumen Mahasiswi FEBI
jurusan Ekonomi Syariah)

SKRIPSI

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Pada Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten



Oleh:

SRI RATU HIDAYAH

NIM: 131401455

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)
SULTAN MAULANA HASANUDDIN BANTEN
2017 M/1438 H**