



UNIVERSITAS INTERNASIONAL
SEMEN INDONESIA

SKRIPSI – SE12UT16

**PENGARUH *BRAND AWARENESS* DAN PERILAKU KONSUMSI
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SCARLETT
WHITENING DALAM PERSPEKTIF ISLAM**

Oleh:

OKVITA WIDYADHANA

NIM: 1032010012

DOSEN PEMBIMBING

AHMAD DAHLAN MALIK, B.A.(Hons)., M.Ec., CFP®

**DEPARTEMEN EKONOMI SYARIAH
UNIVERSITAS INTERNASIONAL SEMEN INDONESIA
TAHUN 2024**