

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**