

PENGARUH LABEL HALAL DAN *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DENGAN CITRA MEREK SEBAGAI *INTERVENING* PADA SARIAYU MARTHA TILAAAR

**NUR AMELIA
8215145228**



Skripsi Ini Disusun Sebagai Salah Satu Persyaratan untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
2019**

***THE EFFECT OF HALAL LABEL AND ELECTRONIC WORD
OF MOUTH TOWARD PURCHASE DECISION WITH BRAND
IMAGE AS AN INTERVENING OF SARIAYU MARTHA TILAAK***

**NUR AMELIA
8215145228**



***Thesis is Written as One of The Requirements for Getting Bachelor Degree of
Economics on Faculty of Economics Universitas Negeri Jakarta***

***STUDY PROGRAM OF S1 MANAGEMENT
FACULTY OF ECONOMICS
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
2019***