

**ANALISIS PENGARUH *ISLAMIC BRANDING* DAN FAKTOR BUDAYA
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN
PADA MADU QURANI
(STUDI KASUS KONSUMEN MADU QURANI DI LUMAJANG)**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk
Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen
Program Studi Manajemen



Oleh :

ALI SOFYAN

NIM. 216122307

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI
WIDYA GAMA LUMAJANG**

2020