

PENGARUH *SOCIAL MEDIA MARKETING*, *BRAND IMAGE*, *SERVICE QUALITY*, DAN LABEL HALAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA KONSUMEN MIE GACOAN DI DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA

SKRIPSI



Disusun Oleh:

AMBAR ASTRI WULANSARI

NIM. 141200246

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"
YOGYAKARTA
2024**