# PENGARUH *BRAND IMAGE* KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK THE ORIGINOTE (Studi Pada Pengguna Produk The Originote di Kota Bandung)

**SKRIPSI**

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Pada Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

UIN Sunan Gunung Djati Bandung


**Disusun Oleh :**

**Azkiya Binuri Fahmi**

**NIM 1219240032**


**JURUSAN MANAJEMEN**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN GUNUNG DJATI BANDUNG**

**2025 M / 1446 H**