

PENGARUH *HALAL AWARENESS, HALAL CERTIFICATION, PRICE PERCEPTION, DAN HEALTHY LIFESTYLE* TERHADAP *BUYING BEHAVIOUR* PRODUK MI INSTAN LEMONILO DI MASA PANDEMI COVID-19 DENGAN *PURCHASE INTENTION* SEBAGAI VARIABEL *INTERVENING*



SKRIPSI

**Diajukan untuk Melengkapi Sebagian Syarat
Guna Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi
Program Studi Manajemen Keuangan Perbankan Syariah**

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI
INDONESIA BANKING SCHOOL
JAKARTA
2022**