PENGARUH PERIKLANAN BERCITRA RELIGIUS (AGAMA ISLAM) DALAM MENENTUKAN KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SUNSILK HIJAB REFRESH DENGAN MINAT BELI SEBAGAI VARIABEL INTERVENING

(Studi pada Mahasiswi Universitas Diponegoro Semarang)

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1) pada Program Sarjana Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Diponegoro

Disusun Oleh :

EDO PRIMADANA
NIM. 12010118120010

FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG
2022