

PERAN *BRAND IMAGE* DAN *VALUE CONGRUITY* DALAM MENINGKATKAN *BRAND LOYALTY*: PERSPEKTIF *SELF-CONGRUITY THEORY*
(Pada Konsumen Wardah Kota Semarang)



SKIRPSI

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

Disusun Oleh:

ANZELIKA CINTANA GUNAWAN

NIM. 12010119130274

**FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG
2023**