

**ANALISIS PENGARUH LABEL HALAL,
BRAND IMAGE DAN *ELECTRONIC WORD OF
MOUTH* (e-WOM) TERHADAP MINAT BELI
MUSLIM GENERASI Z PADA PRODUK
KOSMETIK HALAL**



SKRIPSI

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

Disusun Oleh:

YUMNA SALSABILA
NIM. 12020217120015

FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG
2024