

**ANALISIS PENGARUH *BRAND AWARENESS*,  
NORMA SUBYEKTIF, KEYAKINAN LABEL  
HALAL TERHADAP *BRAND ATTITUDE* UNTUK  
MENINGKATKAN MINAT BELI ULANG  
KOSMETIK MEREK WARDAH**

**(Studi Kasus Pada Pelanggan Kosmetik Merek Wardah di Kota Semarang)**



**SKRIPSI**

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

**Di susun oleh:**

**M. FARIS NAUFAL  
C2A009150**

**JURUSAN MANAJEMEN FAKULTAS  
EKONOMIKA DAN BISNIS  
UNIVERSITAS DIPONEGORO  
SEMARANG  
2014**