

**ANALISIS PENGARUH LABEL HALAL, KESADARAN
HALAL, ADVERTENSI, CITRA MEREK DAN KONSEP
DIRI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
KONSUMEN MUSLIM DI SEMARANG PADA
PRODUK KOSMETIK HALAL WARDAH**



SKRIPSI

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

Disusun Oleh :

HILMY SRI CAHYANTI

NIM. 12040116140042

FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS

UNIVERSITAS DIPONEGORO

SEMARANG

2020

