

**ANALISIS PENGARUH RELIGIUSITAS,  
LABEL HALAL, CITRA MEREK, DAN  
CELEBRITY ENDORSER TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PRODUK  
HIJAB SHAMPO  
( Studi Konsumen Muslim di Semarang )**



**SKRIPSI**

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

Disusun oleh :

**VICTORIO AQSA FALAJABUDIEN  
NIM. 12040116120018**

**FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS  
UNIVERSITAS DIPONEGORO  
SEMARANG  
2020**