

**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**