

**Pengaruh *Halal Label*, *Perceived Quality* dan *Brand Image* Terhadap
Loyalitas Pengguna dengan *Electronic Word Of Mouth* Sebagai
Variabel Intervening**

(Studi Pada Koperasi Binama Syariah Semarang)



SKRIPSI

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

Disusun oleh:

Eva Mayangsari

12010117130110

FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS

UNIVERSITAS DIPONEGORO

SEMARANG

2021