

**ANALISIS PENGARUH LABEL HALAL,  
BRAND IMAGE DAN ELECTRONIC WORD OF  
MOUTH (e-WOM) TERHADAP MINAT BELI  
MUSLIM GENERASI Z PADA PRODUK  
KOSMETIK HALAL**



**SKRIPSI**

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

Disusun Oleh:

**YUMNA SALSABILA**  
NIM. 12020217120015

**FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS  
UNIVERSITAS DIPONEGORO  
SEMARANG  
2024**