

**PERAN *BRAND IMAGE* DAN *VALUE CONGRUITY* DALAM MENINGKATKAN
BRAND LOYALTY: PERSPEKTIF *SELF-
CONGRUITY THEORY***
(Pada Konsumen Wardah Kota Semarang)



SKIRPSI

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

Disusun Oleh:

ANZELIKA CINTANA GUNAWAN

NIM. 12010119130274

**FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG
2023**