

**ANALISIS PENGARUH HALAL BRAND
PERSONALITY, RELIGIUSITAS, DAN
PERSEPSI KUALITAS TERHADAP
CUSTOMER BRAND LOYALTY PRODUK
KOSMETIK HALAL (STUDI PADA
MAHASISWI MUSLIM PENGGUNA
KOSMETIK WARDAH DI KOTA SEMARANG)**



SKRIPSI

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

Disusun oleh:

GINARIA

NIM 12040116120023

FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS

UNIVERSITAS DIPONEGORO

SEMARANG

2023