

**ANALISIS PENGARUH *COUNTRY OF ORIGIN*,  
*BRAND IMAGE*, DAN *HALAL PRODUCT  
KNOWLEDGE* TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN PRODUK KOSMETIK HALAL  
LOKAL MELALUI *CONSUMER  
ETHNOCENTRISM* (STUDI PADA KONSUMEN  
PARAGON GROUP DI KOTA SEMARANG)**

**SKRIPSI**

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

Disusun Oleh:

**SABILLA PUTRI PRAMESTI**

**NIM. 12010122140248**

**FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS  
UNIVERSITAS DIPONEGORO  
SEMARANG  
2026**