

**DAMPAK KESADARAN MEREK KOSMETIK HALAL TERHADAP
NIAT PEMBELIAN ULANG: EFEK MEDIASI PERSEPSI KUALITAS
DAN LOYALITAS MEREK**

*THE IMPACT BRAND AWARENESS HALAL COSMETICS ON
CONSUMER PURCHASE INTENTION: THE MEDIATING EFFECT OF
PERCEIVED QUALITY AND BRAND LOYALTY*



Oleh :

DIGNA FIERDA SAPUTRI

20120410361

PRODI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA

2016