

**PENGARUH PERSEPSI HARGA, PROMOSI, DAN ATRIBUT PRODUK DENGAN  
LABEL HALAL SEBAGAI VARIABEL MODERASI TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN PADA PRODUK KOSMETIK WARDAH**

**DI DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA**

***EFFECT OF PRICE PERCEPTION, PROMOTION, AND ATTRIBUTES PRODUCT  
WITH HALAL LABELS AS MODERATED VARIABLE TO THE DECISION OF THE  
PURCHASE ON WARDAH COSMETIC PRODUCTS  
IN THE SPECIAL REGION OF YOGYAKARTA***

**SKRIPSI**

Diajukan Guna Memenuhi Persyaratan Untuk Memperoleh Gelar Sarjana  
Pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



**Disusun Oleh :**

**FAJRINA SAFIRAH WILDAN PUTRI**

**20160410162**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

**2020**