

ISLAMIC BRANDING DAN CELEBRITY ENDORSER:
IMPLIKASI PADA KEPUTUSAN KONSUMEN KOSMETIK
WARDAH

(Survei pada Anggota *Hijabers Community* Bandung)

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
pada Program Studi Ilmu Ekonomi dan Keuangan Islam



Disusun Oleh:
Ahsan Rafsanjani
1306525

PROGRAM STUDI ILMU EKONOMI DAN KEUANGAN
ISLAM
FAKULTAS PENDIDIKAN EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA
2017

ISLAMIC BRANDING DAN CELEBRITY ENDORSER:
IMPLIKASI PADA KEPUTUSAN KONSUMEN KOSMETIK
WARDAH

(Survei pada Anggota *Hijabers Community* Bandung)

Oleh

Ahsan Rafsanjani

Sebuah skripsi yang diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar
Sarjana Ekonomi (S.E) pada Prodi Ilmu Ekonomi dan Keuangan Islam

© 2017 Ahsan Rafsanjani

Universitas Pendidikan Indonesia

Oktober 2017

Hak Cipta dilindungi undang-undang.

Skripsi ini tidak boleh diperbanyak seluruhnya atau sebagian,
dengan dicetak ulang, difotokopi, atau cara lainnya tanpa ijin dari peneliti.

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : *Islamic Branding dan Celebrity Endorser: Implikasi pada Keputusan konsumen Kosmetik Wardah (Survei pada Anggota Hijabers Community Bandung)*

Penyusun : Ahsan Rafsanjani

NIM : 1306525

Program studi : Ilmu Ekonomi dan Keuangan Islam

Bandung, 21 Oktober 2017

Disetujui dan Disahkan,
Dosen Pembimbing I

Dosen Pembimbing II

Dr. H. Mokh. Adib Sultan, ST., MT
NIP. 19810310 200912 1 001

Rida Rosida, BS., M.Sc
NIP. 19840730 201404 2 001

Mengetahui
Ketua Program Studi Ilmu Ekonomi dan Keuangan Islam

Dr. A. Jajang. W. Mahri, M.Si
NIP. 19641203 199302 1 001