

**PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK,
RELIGIUSITAS, DAN SOSIAL MEDIA MARKETING TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK KOSMETIK HALAL PADA
MAHASISWA S1 YOGYAKARTA DI *MARKETPLACE* SHOPEE**

SKRIPSI



Saskhia Rheicha Faraz

141210268

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"
YOGYAKARTA
2025**