

**PENGARUH KESADARAN NILAI DAN KETERLIBATAN PRODUK
TERHADAP NIAT BELI KONSUMEN DENGAN RELIGIUSITAS
SEBAGAI VARIABEL MODERATING PADA PRODUK UNILEVER DI
LOTTE GROSIR BANDUNG**

*The Effects of Value Consciousness and Product Involvement on Consumer
Purchase Intentins With Religiosity As A Moderating Variable on Unilever
products at Lotte Grosir Bandung*

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Kuliah Dalam Menempuh Jenjang
S1 Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas
Komputer Indonesia



Disusun Oleh :

Naufal Zimly Assiddiq 21220212

PROGRAM STUDI MANAJEMEN KONSENTRASI PEMASARAN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS KOMPUTER INDONESIA

BANDUNG

2024