

LEMBAR PENGESAHAN**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 Intentions With Religiosity As A Moderating Variable On Unilever
Products At Lotte Grosir Bandung*

NAUFAL ZIMLY ASSIDDIQ**NIM. 21220212**

Telah disetujui dan disahkan di Bandung sebagai Skripsi pada 11 September 2024

Menyetujui,

Dosen Pembimbing

**Erna Susilawati, SS.,MM.****NIP. 4127.70.26.117**

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Assoc. Prof. Dr. Ely Suhayati, S.E., M.Si., Ak., CA., CFA
NIP. 4127.34.03.006

Ketua Program Studi Manajemen



Dr. Elana Ismawati, S.E., M.Si.CFRM
NIP. 4127.34.02.008