

PENGARUH RELIGIUSITAS TERHADAP *ONLINE PURCHASE INTENTION* DENGAN *COGNITIVE ATTITUDE* DAN *AFFECTIVE ATTITUDE* SEBAGAI VARIABEL *INTERVENING* PADA PRODUK KOSMETIK WARDAH
(Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan
Bisnis Universitas Malikussaleh)

SKRIPSI

JUMMIATI
NIM. 210410156



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MALIKUSSALEH
LHOKSEUMAWE
MEI, 2025**

PENGARUH RELIGIUSITAS TERHADAP *ONLINE PURCHASE INTENTION* DENGAN *COGNITIVE ATTITUDE* DAN *AFFECTIVE ATTITUDE* SEBAGAI VARIABEL *INTERVENING* PADA PRODUK KOSMETIK WARDAH
(Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Malikussaleh)

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen

JUMMIATI
NIM. 210410156



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MALIKUSSALEH
LHOKSEUMAWE
MEI, 2025**