

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**