

**PERAN RELIGIUSITAS SEBAGAI VARIABEL MODERATOR
DALAM PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS
PRODUK TERHADAP MINAT BELI PADA PRODUK
SHAMPO SUNSILK HIJAB
(Di Kelurahan Rawamangun Jakarta Timur)**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi
Manajemen Universitas Mercu Buana Jakarta**



Nama : Afifatun Nazhifah

NIM : 43115110472

**Program Studi Manajemen
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2020**