

**PENGARUH *RELIGIOSITY* DAN *SUBJECTIVE NORM*
TERHADAP *PURCHASE INTENTION* DIMEDIASI OLEH
ATTITUDE TERHADAP PRODUK HALAL DI INDONESIA
(STUDI KASUS PADA MASYARAKAT DI KOTA BANDUNG)**

SKRIPSI

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen
Program Studi Manajemen Bisnis Telekomunikasi dan Informatika

Disusun Oleh:

MEGA RAHMANITA

1401174214



**MANAJEMEN BISNIS TELEKOMUNIKASI & INFORMATIKA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS TELKOM
BANDUNG
2021**