

**PENGARUH DAYA TARIK SEKSUAL DAN KESESUAIAN
ENDORSER PADA IKLAN TERHADAP NIAT BELI PRODUK
KECANTIKAN DENGAN MODERASI RELIGIUSITAS KONSUMEN**

SKRIPSI

**DIAJUKAN UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN PERSYARATAN
MEMPERLOEH GELAR SARJANA MANAJEMEN PROGRAM STUDI
S1-MANAJEMEN DEPARTEMEN MANAJEMEN**



DIAJUKAN OLEH :

RAHMANSYAH FAJAR SUBROTO

NIM: 041211233112

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS AIRLANGGA**

2016