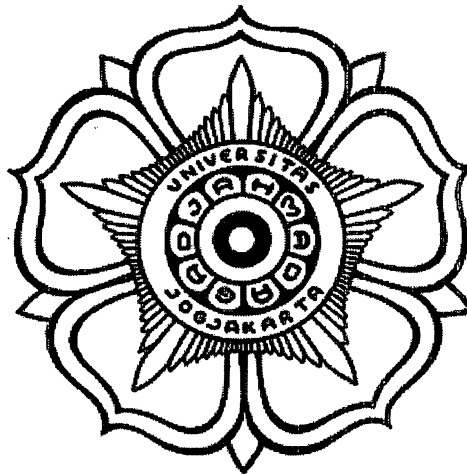


**PENGARUH MANFAAT FUNGSIONAL, MANFAAT EMOSIONAL DAN PENGARUH KELOMPOK PADA KEPUTUSAN PEMBELIAN YANG DI MODERASI OLEH RELIGIUSITAS KONSUMEN DALAM MEMBELI PRODUK BANK BNI SYARIAH**

Tesis  
untuk memenuhi sebagian persyaratan  
mencapai derajat Sarjana S-2

Program Studi Magister Manajemen



Diajukan oleh  
**Ary Widodo**  
16/402342/PEK/21877

**Kepada**  
**FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS**  
**UNIVERSITAS GADJAH MADA**  
**2018**