

LEMBAR PENGESAHAN
PENGARUH *COUNTERFEIT PRODUCT* DAN *E-WOM*
TERHADAP *PURCHASE DECISION* DENGAN *BRAND*
IMAGE* SEBAGAI VARIABEL MEDIASI DAN *VALUE
***CONSCIOUSNESS* SEBAGAI VARIABEL MODERASI**
(Studi Kasus konsumen Generasi Z pada *Sport Shoes* di Tasikmalaya)

Oleh
Mochamad Syabiq Nazih Al Hamdany
203402101

SKRIPSI

Untuk memenuhi salah satu syarat dalam memperoleh gelar Sarjana Manajemen
Pada Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Siliwangi
Disetujui Tim Pembimbing Untuk Diuji dan Disidangkan
pada Tanggal Seperti Tertera di Bawah ini

Tasikmalaya, 10 September 2024

Pembimbing I



Prof. Dr. H. Kartawan S.E., M.P.
NIDN. 0404076201

Pembimbing II



Adhitva Rahmat Taufiq S.E., M.Si.
NIDN. 0401128503

Dekan
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis
Universitas Siliwangi




Dr. H. Ade Komaludin, S.E., M.Sc.
NIDN.0420096201

Ketua
Jurusan Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Siliwangi


R. Lucky Radi Rinandivana, S.E., M.Si.
NIDN. 0410047901