PENGARUH HARGA DAN PROMOSI TERHADAP MINAT BELI DAN DAMPAKNYA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SECARA ONLINE PADA SITUS ZALORA DAN TINJAUANNYA DALAM SUDUT PANDAN ISLAM

(Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi 2014 Universitas Yarsi Jakarta)



SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk Memperoleh gelar Sarjana Ekonomi

Oleh:

NAMA : DEWANTI WIGATI

NPM : 120.2014.045 PROGRAM STUDI : MANAJEMEN

> UNIVERSITAS YARSI FAKULTAS EKONOMI JAKARTA 2018