PENGARUH PEMBELIAN *ONLINE* DAN PEMBELIAN *OFFLINE* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DENGAN MINAT SEBAGAI VARIABEL *INTERVENING*

(Studi Kasus pada *3Second* Yogyakarta)



SKRIPSI

Oleh:

Nama : Farida Nailil Muna

No. Mahasiswa: 15312072

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

YOGYAKARTA

2019