

**ANALISIS PENGARUH *ATTITUDE TOWARDS BEHAVIOR*,
SUBJECTIVE NORM, *PERCEIVED BEHAVIOR CONTROL*
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK
FASHION ONLINE DENGAN MINAT BELI
SEBAGAI VARIABEL INTERVENING
(STUDI KASUS MAHASISWA UNIVERSITAS ESA UNGGUL)**

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Sebagian

Persyaratan Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen (S.M)

NAMA : FATYA AZIZAH AMIR

NIM : 2012-11-071



**PROGRAM STUDI S-1 MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS ESA UNGGUL
JAKARTA
2016**