

PENGARUH HARGA, CITRA MEREK, DAN *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* (EWOM) TERHADAP MINAT BELI PRODUK *HANDPHONE* SECARA *ONLINE*

(Studi pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang mengunjungi dan tertarik membeli di lazada.co.id)

THE INFLUENCE OF PRICE, BRAND IMAGE, AND ELECTRONIC WORD OF MOUTH ON PURCHASE INTENTION *HANDPHONE* PRODUCT *ONLINE SHOPPING*

(Study on Students of University Muhammadiyah Yogyakarta that visited and intersted in Lazada.co.id)

SKRIPSI



Oleh

I'ZAZUL HAQ

20120410358

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

2017

