

**ANALISIS PENGARUH FAKTOR EMOSIONAL DAN
KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN *ONLINE***

(Studi Kasus Konsumen Lazada Di FEB UMY)



SKRIPSI

Oleh:

Andy Agustiansyah

NPM: 20140730257

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS AGAMA ISLAM
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

2019