

PENGARUH *PURCHASE INTENTION ONLINE*, *INFORMATION PROCESSING STRATEGY*, DAN *EXPERIENCE ATTRIBUTE PRODUCT* TERHADAP *NEED FOR TOUCH* SERTA IMPLIKASINYA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN – PERITEL *FASHION ONLINE*

(Studi Kasus Konsumen *Vanilla Hijab*)

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Manajemen Universitas Mercu Buana Jakarta



**UNIVERSITAS
UNI MERCU BUANA S**

MERCU BUANA

Nama : Fitri Retna Sari

NIM : 43113120128

Program Studi Manajemen

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2018