

PENGARUH *E-SERVICE QUALITY (TRANSACTION RELATED SERVICE AND PRE-PURCHASE SERVICE)*, TERHADAP PENGALAMAN NAVIGASI KONSUMEN, PERILAKU KONSUMEN KEPADA *WEBSITE*, DAN NIAT PEMBELIAN SEBELUM TRANSAKSI DILAKUKAN MELALUI PENDEKATAN FORMATIF.

SKRIPSI



Disusun oleh:

Nama : Mohamad Aria

Nomor Mahasiswa : 13311572

Jurusan : Manajemen

Bidang Konsentrasi : Operasional

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

FAKULTAS EKONOMI

YOGYAKARTA

2017