

**PENGARUH ATRIBUT PRODUK DAN KOMUNIKASI DARI
MULUT KE MULUT TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PRODUK *FASHION* PADA
ONLINE SHOP MEDIA SOSIAL
INSTAGRAM
(Survei Pada Mahasiswa Jurusan Manajemen FEB UPN “Veteran” Yogyakarta)**

SKRIPSI



**MUWAHID A GHANY
141130143**

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN”
YOGYAKARTA
2017**