

**ANALISIS PENGARUH KEPERCAYAAN, KEAMANAN, KUALITAS
LAYANAN, PERSEPSI AKAN RISIKO, DAN *RELATIONSHIP*
MARKETING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
ULANG PADA SITUS JUAL BELI *ONLINE*
BUKALAPAK**

SKRIPSI



Disusun Oleh :

OLIVAH LAILA TRISUCIATI

NIM. 141130218

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"
YOGYAKARTA**

2017