

**PENGARUH KEPERCAYAAN, KEAMANAN, KEMUDAHAN , PERSEPSI
MANFAAT DAN PERSEPSI RISIKO TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
SECARA *ONLINE* MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM**

(Survey Pada Konsumen *Online Shop* Gordencantikku)

SKRIPSI



Disusun Oleh :

MIRTHA VRENSIA

NIM. 141140061

JURUSAN MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"

YOGYAKARTA

2018

HALAMAN JUDUL

PENGARUH KEPERCAYAAN, KEAMANAN, KEMUDAHAN , PERSEPSI MANFAAT
DAN PERSEPSI RISIKO TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SECARA *ONLINE*
MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM
(Survey Pada Konsumen *Online Shop* Gordencantikku)

SKRIPSI

Diajukan guna untuk memenuhi persyaratan untuk mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi
pada Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Pembangunan Nasional “Veteran”
Yogyakarta



Disusun Oleh :

MIRTHA VRENSIA

NIM. 141140061

JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN”
YOGYAKARTA
2018