

**ANALISIS PENGARUH PERSEPSI RISIKO, PERSEPSI MANFAAT, DAN
KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *ONLINE*
KONSUMEN *E-COMMERCE* TOKOPEDIA DI YOGYAKARTA
(Survei pada Konsumen *e-Commerce* Tokopedia di Yogyakarta)**

SKRIPSI



Disusun oleh :

DWI PAMUNGKAS

NIM. 141150333

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

2019