

**PENGARUH KEPERCAYAAN, PERSEPSI RISIKO, PERSEPSI  
MANFAAT, DAN PERSEPSI KEMUDAHAN PENGGUNAAN  
TERHADAP MINAT BELI *ONLINE* DI SITUS LAZADA  
(Survei Pada Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
UPN “Veteran” Yogyakarta)**

**SKRIPSI**



**IDRIS APANDI**  
**NIM. 141150113**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL ‘VETERAN’  
YOGYAKARTA  
2019**