

**PENGARUH KUALITAS INFORMASI, KREDIBILITAS INFORMASI, KEGUNAAN
INFORMASI, DAN ADOPSI INFORMASI TERHADAP NIAT BELI ONLINE DARI
MEDIA SOSIAL INSTAGRAM**

(Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi UPN "Veteran" Yogyakarta)

SKRIPSI



Disusun Oleh :

TAHTA RIZKI FADILA

NIM. 141150251

JURUSAN MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"

YOGYAKARTA

2019