

**PENGARUH *COGNITIVE* DAN *AFFECTIVE ONLINE SHOPPING EXPERIENCE*
TERHADAP *E - TRUST* PADA GENERASI MILLENNIAL YANG BERBELANJA DI
SITUS BELANJA *ONLINE***

SKRIPSI



oleh :

ANGGIT WICAKSONO

141130296

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"
YOGYAKARTA
2020**