

**PENGARUH *PERCEIVED EASE OF USE*, *PERCEIVED USEFULNESS*,
DAN *TRUST* TERHADAP *ONLINE PURCHASE DECISION* PADA
SHOPEEFOOD
(Survei pada Pelanggan ShopeeFood di Daerah Istimewa Yogyakarta)**

SKRIPSI



FELIZA KUSUMAWATI

NIM. 141180182

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

2022