

PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN PENGGUNAAN, KUALITAS
LAYANAN *ONLINE*, DAN KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN *ONLINE*

(Survei Pada Konsumen *Marketplace* Tokopedia di Daerah Istimewa
Yogyakarta)

SKRIPSI



Disusun Oleh:

IZZATURROBIAH

NIM. 141170105

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"

YOGYAKARTA

2021