

PENGARUH *LIVE STREAMING SHOPPING* DAN *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* (E-WOM) TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *ONLINE* MENGGUNAKAN APLIKASI SHOPEE DENGAN KEPERCAYAAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING

(Survei pada Mahasiswa Pengguna Shopee di Daerah Istimewa Yogyakarta)

SKRIPSI



JATUL KHIKMIYATUL

NIM. 141200088

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

2024