

PENGARUH *TRUST, SECURITY, SERVICE QUALITY* DAN *PERCEIVED RISK* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA OLX

SKRIPSI



Disusun oleh :

METTA AYU WISANINDYA OCTAVIANI

NIM : 141120207

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

2016