

**PENGARUH PERSEPSI RISIKO, KEMUDAHAN DAN MANFAAT  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SECARA *ONLINE* DI  
INSTAGRAM**

**(Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Yogyakarta)**

***INFLUENCE THE PERCEPTION OF RISK, EASE AND BENEFIT TOWARD  
ONLINE PURCHASING DECISIONS IN INSTAGRAM***

***(Study Intended on The College Student of Muhammadiyah University of  
Yogyakarta)***



**Disusun Oleh:**

**HAKUL FITRIANIS**

**20130410123**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

**2017**