

**PENGARUH KEPERCAYAAN, KEMUDAHAN, DAN KUALITAS
INFORMASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SECARA ONLINE
DI SITUS SHOPEE**

***THE EFFECTS OF TRUST, EASE OF USE AND QUALITY OF
INFORMATION ON ONLINE PURCHASING DECISIONS AT SHOPEE***

SKRIPSI

Diajukan Guna Memenuhi Persyaratan untuk memperoleh Gelar Sarjana pada
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Manajemen
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



Oleh :

AULIA NIRMALA SARI

20140410023

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

2018