

**PENGARUH KEPERCAYAAN, PERSEPSI HARGA, KUALITAS
INFORMASI DAN KEMUDAHAN PENGGUNAAN *E-COMMERCE*
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *ONLINE*
(Studi pada Konsumen Bukalapak.com di Yogyakarta)**

**THE EFFECT OF TRUST, PRICE PERCEPTION, INFORMATION
QUALITY AND EASY OF USE E-COMMERCE
ON ONLINE PURCHASE DECISIONS
(Study at Bukalapak.com Consumers in Yogyakarta)**



Oleh
ADAM AL ATAS
20150410340

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

2018