

**PENGARUH KEPUASAN DAN KEPERCAYAAN TERHADAP NIAT PEMBELIAN
KEMBALI DENGAN EFEK MODERASI PERSEPSI KEEFEKTIFAN MEKANISME E-
COMMERCE**

***THE INFLUENCE OF SATISFACTION AND TRUST ON REPURCHASE INTENTIONS
WITH THE MODERATING EFFECT OF THE PERCEPTION OF THE EFFECTIVNESS
OF THE E-COMMERCE MECHANISM***

SKRIPSI

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



Oleh:

HABIB MUARIF

20140410024

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

2018