

**ANALISIS PENGARUH KEPERCAYAAN, KEAMANAN DAN PERSEPSI
RISIKO TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK
PADA SITUS *ONLINE* LAZADA.CO.ID**

*ANALYSIS OF THE EFFECT OF TRUST, SECURITY AND RISK
PERCEPTION OF PRODUCT PURCHASE DECISIONS
ON THE LAZADA.CO.ID ONLINE SITE*



DISUSUN OLEH:

Muhammad Alifaiz Alqurnain

20150410040

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA

2019