

ANALISIS PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN PENGGUNAAN, KEPERCAYAAN
DAN KENYAMANAN KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *ONLINE*

SHOPPING PAKAIAN WANITA DIMEDIA SOSIAL

(Studi Kasus Pada Universitas Esa Unggul Fakultas Ekonomi Angkatan 2011-2013)

SKRIPSI

Ditulis sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1) pada Program

Sarjana Fakultas Ekonomi

Disusun oleh :

DEWI ASTUTI NASUTION

2011-11-067



PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS ESA UNGGUL

JAKARTA

2015