



Pengaruh Orientasi Belanja, Ketertarikan terhadap Produk, Tipe Produk, Pengalaman Pembelian Online

dan Kepercayaan kepada Situs Web terhadap Niat Pembelian Secara Online

Kusuma, Mahendra, B.M., Purwanto, Dr., M.B.A.

Universitas Gadjah Mada, 2008 | Diumumkan dari <http://eid.Repository.ugm.ac.id/>

PENGARUH ORIENTASI BELANJA, KETERTARIKAN TERHADAP PRODUK, TIPE PRODUK, PENGALAMAN PEMBELIAN TERHADAP PRODUK, TIPE PRODUK, PENGALAMAN PEMBELIAN ONLINE DAN KEPERCAYAAN PADA SITUS WEB TERHADAP NIAT PEMBELIAN SECARA ONLINE

Thesis

untuk memenuhi sebagian persyaratan
mencapai derajat Sarjana S-2

Program Studi Magister Manajemen
Jurusan Ilmu-ilmu Sosial



PERPUSTAKAAN
UNIVERSITAS GADJAH MADA

diajukan oleh
Mahendra Kusuma
17148/PS/MM/05

Kepada
FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS
UNIVERSITAS GADJAH MADA
2008