

**PERAN KEPERCAYAAN (*TRUST*) PADA TOKO NON-DARING DAN  
KEYAKINAN PERSEPSIAN (*PERCEIVED CONFIDENCE*) UNTUK  
BELANJA DI TOKO DARING TERHADAP NIAT BELANJA DARING**

Skripsi

Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Mencapai Derajat Sarjana S1  
Program Studi Manajemen



Oleh:

Khairina Nur Shadrina

12/330609/EK/18799

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS  
UNIVERSITAS GADJAH MADA  
YOGYAKARTA  
2016**