

PENGARUH KUALITAS SITUS, MANFAAT, KEPERCAYAAN, DAN SIKAP PADA PERILAKU PEMBELIAN PRODUK KECANTIKAN DI TOKO DARING DENGAN MEDIA INSTAGRAM: STUDI PADA GENERASI Y

Skripsi

Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Mencapai Derajat Sarjana S1



Oleh:

Novita Kusuma Prabawati

13/346724/EK/19356

**DEPARTEMEN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS
UNIVERSITAS GADJAH MADA
YOGYAKARTA
2017**