

SKRIPSI

PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* DAN *E-SERVISCAPES* TERHADAP KEPERCAYAAN KONSUMEN DAN MINAT BELI *ONLINE*

(Studi pada Pengguna Situs Belanja *Online* Shopee)



**KEMENTERIAN RISET TEKNOLOGI DAN PENDIDIKAN
TINGGI
UNIVERSITAS JENDERAL SOEDIRMAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
JURUSAN MANAJEMEN
2019**

SKRIPSI

PENGARUH ELECTRONIC WORD OF MOUTH DAN E-SERVISCAPES TERHADAP KEPERCAYAAN KONSUMEN DAN MINAT BELI ONLINE

(Studi pada Pengguna Situs Belanja *Online* Shopee)

Disusununtuk Memenuhi Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen
pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jenderal Soedirman

Oleh:

IMELDA NOVA AYU NINGTYAS

NIM C1B015012

1963

**KEMENTERIAN RISET TEKNOLOGI DAN PENDIDIKAN
TINGGI
UNIVERSITAS JENDERAL SOEDIRMAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
JURUSAN MANAJEMEN
2019**