

PENGARUH *BRAND IMAGE* DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPERCAYAAN DAN KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA TOKO ONLINE

(Studi pada Konsumen OLX.co.id di Kota Semarang)



SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat
untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1)
pada Program Sarjana Fakultas Ekonomika dan Bisnis
Universitas Diponegoro

Disusun oleh:

RORO RATIH FEBRIANI

NIM. 12010114120107

**FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG**

2018