

SKRIPSI

PENGARUH *PERCEIVED BENEFIT*, *PERCEIVED RISK*, DAN *ONLINE PURCHASE INTENTION* TERHADAP *ACTUAL PURCHASE*: STUDI PADA KONSUMEN BUKALAPAK DI DAERAH DKI JAKARTA

Ditulis untuk memenuhi sebagian persyaratan akademik
guna memperoleh gelar Sarjana Manajemen

Oleh:

NAMA : VANIA GLADYS GUNAWAN

NPM : 01011170075



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PELITA HARAPAN
JAKARTA
2022**