

SKRIPSI

THE INFLUENCE OF CONSUMER ETHNOCENTRISM, PERCEIVED BEHAVIORAL CONTROL, ONLINE BUYING ATTITUDES, SUBJECTIVE NORMS, AND COUNTRY OF ORIGIN ON ONLINE PURCHASE BEHAVIOR BY CONSUMERS THROUGH AMAZON

Ditulis untuk memenuhi sebagian persyaratan akademik
guna memperoleh gelar Sarjana Manajemen

Oleh:

NAMA : CHARSEN
NPM : 01011180266



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