



**PENGARUH KARAKTERISTIK *SOCIAL COMMERCE* TERHADAP KEPERCAYAAN
KONSUMEN PADA *ONLINE SHOP* DI INSTAGRAM**

SKRIPSI

Diajukan guna melengkapi tugas akhir dan memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan

Program Studi Manajemen (S1)
dan memperoleh gelar Sarjana Ekonomi

Oleh :

Ratri Primacya Rosa

NIM. 1410411034

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER**

Maret, 2018