

**PENGARUH PERCEIVED TRUSTWORTHINESS,
PERCEIVED CONVENIENCE DAN PERCEIVED PRICE
TERHADAP DIGITAL ATTITUDE DALAM KEPUTUSAN
PENGUNAAN APLIKASI SERVICE ON DEMAND DI
INDONESIA**

SKRIPSI



Disusun Oleh :

Muhammad Nashrul Umam

2012140021

**PROGAM STUDI BISNIS DIGITAL
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
INSTITUT INFORMATIKA DAN BISNIS DARMAJAYA
BANDAR LAMPUNG**

2024