

PENGARUH ULASAN ONLINE KONSUMEN, *LIVE SHOPPING* DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DENGAN KEPERCAYAAN KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA E-COMMERCE TIKTOK SHOP

(Studi pada konsumen Produk Lipstik Maybelline di Kota Semarang)



SKRIPSI

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

Disusun oleh:

AZIZAH FATIN NASHIRAH
NIM. 12010118140328

FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG

2022