

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG BERPENGARUH TERHADAP
KEPERCAYAAN, MINAT BELI DAN KEAMANAN BERTRANSAKSI
UNTUK MENINGKATKAN KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN
*E-COMMERCE CONSUMER-TO-CONSUMER (C2C) DI JAWA***

TENGAH



SKRIPSI

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

Disusun oleh:

CRISMONA FENTY MURNIYONO

NIM 12010116120015

FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS

UNIVERSITAS DIPONEGORO

SEMARANG

2020