PENGARUH ULASAN *ONLINE* DAN PERSEPSI RISIKO TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN DENGAN KEPERCAYAAN SEBAGAI VARIABEL PERANTARA
(Studi pada *Platform E-Commerce* Lazada)

SKRIPSI

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

Disusun oleh:

KEZIA MICHELLE PERMATASARI

NIM: 12010118120101

JURUSAN S1-MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS

UNIVERSITAS DIPONEGORO

2022