

**PENGARUH SIARAN BELANJA LANGSUNG,
DUKUNGAN SELEBRITI, PROMOSI, ULASAN
PELANGGAN ONLINE, DAN DAYA TARIK
IKLAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
DI *E-COMMERCE***

(Studi pada Pengguna Lazada di Kota Semarang)



SKRIPSI

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

Disusun Oleh:

SHELLI MELITA

NIM. 12010120120001

**FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG
2024**