

**ANALISIS PENGARUH PERSEPSI HARGA,
KEMUDAHAN PENGGUNAAN, DAN
INTENSITAS PROMOSI TERHADAP
PEMBUATAN KEPUTUSAN PEMBELIAN**

**(Studi Empiris Pada Mahasiswa FEB Universitas
Diponegoro Semarang Konsumen *E-Commerce* Shopee)**



SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat

Untuk menyelesaikan program sarjana (S1)

Pada Program Sarjana Fakultas Ekonomika dan Bisnis

Universitas Diponegoro

Disusun oleh:

**IKA DIAH NURAINI
NIM. 12010118140293**

**FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG
2022**