

**ANALISIS PENGARUH KEPERCAYAAN  
KONSUMEN, PERSEPSI KEMUDAHAN  
PENGUNAAN, DAN PERSEPSI RISIKO  
TERHADAP PENGAMBILAN KEPUTUSAN  
PEMBELIAN *E-COMMERCE***

**(Studi Empiris Pada Konsumen Lazada di Semarang)**



**SKRIPSI**

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

Disusun oleh:

**INDAH NOVITASARI**

**NIM. 12010119130144**

**FAKULTAS EKONOMIKA  
UNIVERSITAS DIPONEGORO  
SEMARANG**

**2023**