

**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**