

**PENGARUH PROMOSI, PERSEPSI KEMUDAHAN, DAN
KEPERCAYAAN KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PADA E-COMMERCE TIKTOK SHOP**

(Studi Kasus Pada Masyarakat Sukorejo Semarang)



SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat
Untuk menyelesaikan program sarjana (S1)
Pada program sarjana Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Diponegoro

Disusun oleh :

AMANU KURNIAWAN ROBI

NIM : 12010117130174

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS DIPONEGORO

SEMARANG

2024