

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG BERPENGARUH TERHADAP
KEPERCAYAAN, MINAT BELI DAN KEAMANAN BERTRANSAKSI
UNTUK MENINGKATKAN KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN
*E-COMMERCE CONSUMER-TO-CONSUMER (C2C) DI JAWA
TENGAH***



SKRIPSI

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

Disusun oleh:

CRISMONA FENTY MURNIYONO

NIM 12010116120015

**FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG**

2020