

**ANALISIS PENGARUH ONLINE CONSUMER REVIEW DAN  
ONLINE CONSUMER RATING DENGAN TRUST SEBAGAI  
INTERVENING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
DI TOKOPEDIA**

(Studi Pada Masyarakat Kota Semarang)



**SKRIPSI**

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

Disusun oleh :

**ARYA PANDHU PERKASA  
NIM. 12010117140200**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS DIPONEGORO  
SEMARANG  
2021**