

**PENGARUH FAKTOR-FAKTOR PERILAKU KONSUMEN TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN ONLINE PADA PENGGUNA *E-COMMERCE*
SHOPEE DENGAN *BUYING INTENTION* SEBAGAI VARIABEL
*INTERVENING***

SKRIPSI

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana
Manajemen dari Program Studi Manajemen Bisnis Telekomunikasi dan
Informatika**

**Disusun oleh
Rizky Fernando
1401204370**



**MANAJEMEN BISNIS TELEKOMUNIKASI DAN INFORMATIKA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS TELKOM
BANDUNG
2024**