

**PENGARUH FAKTOR KEPERCAYAAN DAN MOTIVASI DALAM  
MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN *ONLINE* PADA PORTAL  
ZALORA DAN LAZADA DI MASYARAKAT SEMARANG**

**SKRIPSI**

Disusun Sebagai Syarat Menyelesaikan Pendidikan Strata – 1

Fakultas Ilmu Komunikasi

Universitas Islam Sultan Agung Semarang



**Penyusun:**

**SABILA RIZKI NURDIANITA**

**(102110099)**

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI**

**UNIVERSITAS ISLAM SULTAN AGUNG**

**SEMARANG**

**2015**