



**PENGARUH *DIGITAL MARKETING*, *PERCEIVED EASE OF USE*  
DAN RAGAM PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
PADA *E-COMMERCE* SHOPEE DENGAN MINAT BELI SEBAGAI  
VARIABEL INTERVENSI**

**TESIS**

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh

Gelar Magister Manajemen

**YOLINDA DESTYANA**

**117202051**

**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN**

**PROGRAM PASCASARJANA**

**UNIVERSITAS TARUMANAGARA**

**JAKARTA**

**2022**