

**ANALISIS PERSEPSI KEGUNAAN, KEPUASAN PELANGGAN,
PERSEPSI NILAI, TERHADAP MINAT BELI ULANG MELALUI
KEPERCAYAAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING**

(Studi Empiris pada Pelanggan Tokopedia Kota Semarang)



SKRIPSI

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

FEB UNDIP

Disusun oleh:

ANNIDA NURSYIFA

NIM. 12010120140165

FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS

UNIVERSITAS DIPONEGORO

SEMARANG

2024