

**ANALISIS PENGARUH *PERCEIVED WEBSITE QUALITY*  
DAN *PERCEIVED REPUTATION* TERHADAP *ONLINE*  
*REPURCHASE INTENTION* DENGAN *PERCEIVED VALUE*  
DAN *TRUST* SEBAGAI VARIABEL MEDIASI  
(Studi pada Pengguna Tokopedia di Indonesia)**



**SKRIPSI**

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

Disusun oleh:

**RIZKA NUR AZIZAH**

**NIM. 12010117130099**

**FEB UNDIP**

**FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS  
UNIVERSITAS DIPONEGORO  
SEMARANG**

**2024**