

**ANALISIS PENGARUH PERSEPSI  
KEMUDAHAN PENGGUNAAN DAN PERSEPSI  
RISIKO TERHADAP MINAT BELI ULANG  
KONSUMEN DENGAN KEPERCAYAAN  
SEBAGAI VARIABEL PERANTARA  
(Studi Pada Layanan Shopee *Paylater*)**



**SKRIPSI**

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

Disusun oleh :

**ALMANITA NURAJIZAH  
NIM. 12010118120049**

**FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS  
UNIVERSITAS DIPONEGORO  
SEMARANG**

**2023**