

**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

Disusun oleh:

**ANNIDA NURSYIFA**

**NIM. 12010120140165**

**FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS  
UNIVERSITAS DIPONEGORO  
SEMARANG**

**2024**