

**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

FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG
2024