

**ANALISIS PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN  
PENGUNAAN DAN PERSEPSI MANFAAT TERHADAP  
MINAT BELI DENGAN KEPERCAYAAN SEBAGAI  
VARIABEL INTERVENING**

(Studi Kasus Pada Pengunjung Toko *Online* berrybenka.com di Kalangan  
Mahasiswa Universitas Diponegoro)



**SKRIPSI**

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

Disusun oleh :

**Rr. Selli Nisrina Faradila**  
**NIM. 12010112140228**

**FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS  
UNIVERSITAS DIPONEGORO  
SEMARANG  
2016**