

**ANALISIS PENGARUH PERSEPSI MANFAAT,  
PERSEPSI KEMUDAHAN PENGGUNAAN DAN  
PERSEPSI RISIKO TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN DENGAN KEPERCAYAAN SEBAGAI  
VARIABEL INTERVENING  
(STUDI PADA KONSUMEN GOFOOD  
DI KOTA SEMARANG)**



**TESIS**

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk  
Memperoleh derajat sarjana S-2 Magister Manajemen  
Program Studi Magister Manajemen Universitas Diponegoro**

**Disusun oleh:**

**ISNAENI AGUSTIN WIDHIASWARA**

**NIM. 12010118410001**

**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS  
UNIVERSITAS DIPONEGORO  
SEMARANG  
2020**