

**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**