

**SKRIPSI**

**PENGARUH KEPERCAYAAN, RISIKO PERSEPSIAN, KUALITAS PERSEPSIAN, HARGA PERSEPSIAN DAN *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* (EWOM) TERHADAP NIAT BELI PRODUK MELALUI TOKO *ONLINE* DENGAN *GENDER* SEBAGAI VARIABEL MODERASI**

**(Studi Pada Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jenderal Soedirman)**



Oleh:  
SUSI APRIYANI  
NIM C1B013036

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS JENDERAL SOEDIRMAN  
PURWOKERTO  
2017**