

**PENGARUH *PERSONALIZED MARKETING*, *PERCEIVED EASE OF USE*, DAN *BRAND TRUST* DALAM KEPUTUSAN
PENGUNAAN SHOPEEPAY PADA PEMBELANJAAN
ONLINE SHOPEE DI KABUPATEN KEBUMEN**

SKRIPSI



Disusun Oleh:

Nama Mahasiswa : Fahrul Dewangga

N.I.M. : 215504467

Program Studi : Manajemen S1

**UNIVERSITAS PUTRA BANGSA
PROGRAM STUDI MANAJEMEN (S-1)
KEBUMEN**

2025