

PENGARUH *PERCEIVED EASE OF USE* DAN *CUSTOMER EXPERIENCE* TERHADAP *INTENTION TO CONTINUE* DENGAN *CUSTOMER SATISFACTION* SEBAGAI VARIABEL *INTERVENING* PADA PENGGUNA APLIKASI *ACCESS BY KAI*

SKRIPSI



Disusun Oleh:

Nama Mahasiswa : Salma Dwi Aprillia
N.I.M. : 225504985
Program Studi : Manajemen S1

UNIVERSITAS PUTRA BANGSA
PROGRAM STUDI MANAJEMEN (S-1)
KEBUMEN
2026

PENGARUH *PERCEIVED EASE OF USE* DAN *CUSTOMER EXPERIENCE* TERHADAP *INTENTION TO CONTINUE* DENGAN *CUSTOMER SATISFACTION* SEBAGAI VARIABEL *INTERVENING* PADA PENGGUNA APLIKASI *ACCESS BY KAI*
SKRIPSI

Ditulis dan diajukan untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Strata-1 di Program Studi Manajemen Universitas Putra Bangsa



Disusun Oleh:

Nama Mahasiswa : Salma Dwi Aprillia
N.I.M. : 225504985
Program Studi : Manajemen S1

UNIVERSITAS PUTRA BANGSA
PROGRAM STUDI MANAJEMEN (S-1)
KEBUMEN
2026