

PENGARUH *PERCEIVED EASE OF USE* DAN *CUSTOMER EXPERIENCE* TERHADAP *REPURCHASE INTENTION* DENGAN *CUSTOMER SATISFACTION* SEBAGAI VARIABEL *INTERVENING*
(Studi Pada Pembelian Tiket Kereta Api Melalui Access by KAI)

SKRIPSI



Disusun Oleh :

Nama Mahasiswa : Luthfiah Suryati

N.I.M. : 215504694

Program Studi : Manajemen S1

UNIVERSITAS PUTRA BANGSA
PROGRAM STUDI MANAJEMEN (S-1)
KEBUMEN
2025

PENGARUH *PERCEIVED EASE OF USE* DAN *CUSTOMER EXPERIENCE* TERHADAP *REPURCHASE INTENTION* DENGAN *CUSTOMER SATISFACTION* SEBAGAI VARIABEL *INTERVENING*

(Studi Pada Pembelian Tiket Kereta Api Melalui 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 : Luthfiah Suryati

N.I.M. : 215504694

Program Studi : Manajemen S1

**UNIVERSITAS PUTRA BANGSA
PROGRAM STUDI MANAJEMEN (S-1)
KEBUMEN
2025**