

PENGARUH *PERCEIVED USEFULNESS* DAN *PERCEIVED EASE OF USE* TERHADAP *INTENTION TO REUSE SHOPEE PAYLATER* DENGAN DIMEDIASI OLEH *TRUST*
(Studi pada Generasi Z di Kabupaten Kebumen)

SKRIPSI



Disusun Oleh :

Nama Mahasiswa : Nur Alifia
N.I.M. : 225504840
Program Studi : Manajemen S1

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