

**PENGARUH *PERCEIVED EASE OF USE* DAN *SALES PROMOTION* TERHADAP *REPURCHASE INTENTION*  
DENGAN *CUSTOMER SATISFACTION* SEBAGAI  
VARIABEL INTERVENING  
(Studi Pada Pengguna Shopee di Kebumen)**

**SKRIPSI**



**Disusun Oleh:**

**Nama Mahasiswa : Putri Kurniasih  
N.I.M. : 225504850  
Program Studi : Manajemen S1**

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

**2026**

**PENGARUH *PERCEIVED EASE OF USE* DAN *SALES PROMOTION* TERHADAP *REPURCHASE INTENTION*  
DENGAN *CUSTOMER SATISFACTION* SEBAGAI  
VARIABEL INTERVENING  
(Studi Pada Pengguna Shopee di Kebumen)**

**SKRIPSI**



**Disusun Oleh :**

**Nama Mahasiswa : Putri Kurniasih  
N.I.M. : 225504850  
Program Studi : Manajemen S1**

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

**PENGARUH *PERCEIVED EASE OF USE* DAN *SALES PROMOTION* TERHADAP *REPURCHASE INTENTION* DENGAN *CUSTOMER SATISFACTION* SEBAGAI VARIABEL INTERVENING  
(Studi Pada Pengguna Shopee di Kebumen)**

**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 : Putri Kurniasih**  
**N.I.M. : 225504850**  
**Program Studi : Manajemen S1**

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