



PENGARUH *E-SERVICE QUALITY*, *E-TRUST*, *PRIOR ONLINE PURCHASE EXPERIENCE* TERHADAP *ONLINE REPURCHASE INTENTION* DENGAN *E-CUSTOMER SATISFACTION* SEBAGAI VARIABEL *INTERVENING* PADA PELANGGAN LAZADA DI WILAYAH TANGERANG

SKRIPSI

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi Program Studi Manajemen (S.M)**

**NAMA : NICOLE ANGGID PRABOWO
NIM: 20160101142**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS ESA UNGGUL
2021**