

PENGARUH *PERCEIVED USEFULNESS* DAN *E-SERVICE QUALITY* TERHADAP *REPURCHASE INTENTION* DENGAN *CUSTOMER SATISFACTION* SEBAGAI *INTERVENING* (SURVEI PADA PENGGUNA APLIKASI BUKALAPAK)

**DEVI HARDIYANI SYAFITRI
8215145240**



Skripsi ini Disusun Sebagai Salah Satu Persyaratan untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
KONSENTRASI PEMASARAN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
2018**

THE EFFECT OF PERCEIVED USEFULNESS AND E-SERVICE QUALITY TOWARD REPURCHASE INTENTION WITH CUSTOMER SATISFACTION AS AN INTERVENING (SURVEY ON BUKALAPAK APPLICATION USERS)

**DEVI HARDIYANI SYAFITRI
8215145240**



Thesis is Written as One of The Requirements for Getting Bachelor Degree of Economics on Faculty of Economics State Univeristy of Jakarta

***STUDY PROGRAM OF SI MANAGEMENT
CONCENTRATION IN MARKETING
FACULTY OF ECONOMICS
STATE UNIVERSITY OF JAKARTA
2018***