

PENGARUH *E-SERVICE QUALITY* DAN *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* TERHADAP *REPURCHASE INTENTION* MELALUI *CUSTOMER SATISFACTION* SEBAGAI VARIABEL MEDIASI
(Survei pada Pelanggan Parfum HMNS di Platform Shopee)

SKRIPSI



Disusun Oleh:

AYU FAJARLIANA

141210100

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"
YOGYAKARTA
2025**