

**PENGARUH KEMUDAHAN PENGGUNAAN (*EASE OF USE*)
TERHADAP MINAT BELI ULANG (*REPURCHASE INTENTION*) YANG
DIMEDIASI OLEH KEPERCAYAAN (*TRUST*)
(STUDY PADA PENGGUNA APLIKASI *MARKETPLACE*)**

SKRIPSI



Mohammad Ryvaldo Gilang Ardiansyah

1861133

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI (STIE)

PGRI DEWANTARA JOMBANG

2022