

PENGARUH *E-SERVICE QUALITY* DAN *SALES PROMOTION* TERHADAP *REPURCHASE INTENTION* MELALUI *E-SATISFACTION* SEBAGAI VARIABEL INTERVENING

(Studi kasus pada pengguna ShopeeFood di kota Semarang, Jawa Tengah)



SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat
Untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1)
pada Program Sarjana Fakultas Ekonomi
Universitas Diponegoro

Disusun oleh:

DEBI SINTIA DEWI

NIM. 12010118120097

**FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG**

2022