

**ANALISIS PENGARUH KETERIKATAN
MEREK, IDENTIFIKASI MEREK, DAN
PERSEPSI NILAI TERHADAP MINAT
MENGUNAKAN KEMBALI *BRANDED APPS*
PADA APLIKASI SHOPEE INDONESIA**



SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat
untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1)
pada Program Sarjana Fakultas Ekonomika dan Bisnis
Universitas Diponegoro

Disusun oleh :

IMA UTIN HANIFA

NIM. 12010115120016

**FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG**

2019