

**STUDI MENGENAI PENGARUH *BRAND TRUST* DAN
SERVICE QUALITY TERHADAP *REPURCHASE*
INTENTION DENGAN *CUSTOMER SATISFACTION*
SEBAGAI VARIABEL MEDIASI PADA PENGGUNA
JASA TRANSPORTASI ONLINE**



SKRIPSI

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

Disusun oleh:

MELYANDA SITANGGANG
12010122120001

FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS

UNIVERSITAS DIPONEGORO

SEMARANG

2026