

**PENGARUH KEPERCAYAAN, PERSEPSI KEMUDAHAN
PENGUNAAN, DAN PERSEPSI KENYAMANAN
TERHADAP INTENSI PEMBELIAN ULANG MELALUI *E-
COMMERCE* (STUDI PADA KONSUMEN LAZADA
INDONESIA)**

***THE INFLUENCE OF TRUST, PERCEIVED EASE OF USE,
AND PERCEIVED ENJOYMENT TOWARDS
REPURCHASE INTENTIONS THROUGH E-COMMERCE
(STUDY ON LAZADA INDONESIA CONSUMERS)***

Oleh
NIKITA ASTRIA
75218015

TESIS
Untuk memenuhi salah satu syarat ujian
guna memperoleh gelar Magister Manajemen



**FAKULTAS PASCASARJANA
UNIVERSITAS KOMPUTER INDONESIA
BANDUNG
2020**