

**ANALISIS PENGARUH *PROMOTION MIX*,
EXPERIENTIAL MARKETING TERHADAP
REPURCHASE INTENTION DAN IMPLIKASINYA
TERHADAP *WILLINGNESS TO RECOMMENDATION*
(Kajian pada Konsumen Lazada Indonesia)**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi
Manajemen Univeristas Mercu Buana Jakarta**



Nama : Fitriah Maharani

NIM : 43115120161

**Program Studi Manajemen
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2018**