

PENGARUH *OMNICHANNEL MARKETING* DAN *CUSTOMER EXPERIENCE* TERHADAP *REPURCHASE INTENTION* PADA PLATFORM TOKOPEDIA

(Studi Kasus pada Mahasiswa Manajemen Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung Angkatan 2021-2024)

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E) pada Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Gunung Djati Bandung



uin

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG

Oleh :

NOVI KHOEROTUN NISA

NIM. 1219240158

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG**

2025