

SKRIPSI

**PENGARUH *PERCEIVED VALUE* DAN *CUSTOMER LOYALTY* TERHADAP
REPURCHASE INTENTION DENGAN *PROMOTIONAL PRICING* DAN
PSYCHOLOGICAL PRICING SEBAGAI EFEK MODERASI:
PADA *E-COMMERCE SHOPEE***

(Studi pada pengguna aplikasi Shopee di Kota Banjarmasin)



Diajukan Untuk Melengkapi Persyaratan Dalam Memperoleh

Gelar Sarjana Manajemen

Oleh :

YORAM BENYAMIN MERANI

NIM : 1810312710002

PROGRAM STUDI : MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT

BANJARMASIN

2022