

***ATMOSPHERIC CUES DALAM MARKETPLACE DAN
DAMPAKNYA TERHADAP REPURCHASE
INTENTION: ANALISIS BRAND IMAGE DAN
EMOTIONAL ATTACHMENT SEBAGAI MEDIATOR
(Studi pada pengguna Top Five Marketplace di Indonesia)***

Oleh:

R. Rizqy Lukito Surawilaga

213402219

SKRIPSI

**Untuk memenuhi salah satu syarat ujian guna memperoleh gelar Sarjana
pada Jurusan Manajemen**



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS SILIWANGI
TASIKMALAYA
2025**