

# **SKRIPSI**

***PENGARUH PERCEIVED EASE OF USE, PERCEIVED USEFULNESS,  
ENJOYMENT DAN SUBJECTIVE NORMS TERHADAP  
SATISFACTION WITH CUSTOMER EXPERIENCE MELALUI BRAND  
ENGAGEMENT PADA AUGMENTED REALITY PENGGUNA  
APLIKASI SEPHORA DI SURABAYA***

Ditulis untuk memenuhi sebagian persyaratan akademik  
guna memperoleh gelar Sarjana Manajemen Strata Satu

Oleh:

**NAMA : DYLAN YOUNG**

**NPM : 02011210013**



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS PELITA HARAPAN  
KAMPUS SURABAYA  
2025**