PENGARUH *PERCEIVED VALUE* TERHADAP *PURCHASE INTENTION DIGITAL MUSIC STREAMING SERVICES* DENGAN *SATISFACTION* SEBAGAI VARIABEL *INTERVENING (*Studi pada Aplikasi Joox dan Spotify)

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat
untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1)
pada Program Sarjana Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Diponegoro

Disusun oleh :

ARUNA CANDRA PRATIWI

NIM. 12010115120052

FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG
2019