

**PENGARUH *PERCEIVED VALUE* DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP *REPURCHASE INTENTION* DENGAN *CUSTOMER SATISFACTION* SEBAGAI VARIABEL INTERVENING
(Studi pada Konsumen Tomoro Coffee di Semarang)**



SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat
Untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1)
Pada Program Sarjana Fakultas Ekonomika dan Bisnis
Universitas Diponegoro

Disusun Oleh:

JIHAN TRI AISYAH
NIM. 12010121140321

FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG

2025