

**ANALISIS PENGARUH *BRAND AWARENESS*, *PERCEIVED QUALITY*, DAN *CUSTOMER EXPERIENCE* TERHADAP *REPURCHASE INTENTION* DENGAN *BRAND EQUITY* SEBAGAI VARIABEL MEDIASI  
(Studi pada Merek Miniso di Kota Semarang)**



**SKRIPSI**

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

Disusun oleh :

**MUHAMMAD FAUZI**  
**NIM. 12010122130190**

**FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS**  
**UNIVERSITAS DIPONEGORO**  
**SEMARANG**  
**2026**