

**ANALISIS PENGARUH *PERCEIVED VALUE*
TERHADAP *REPURCHASE INTENTION* DENGAN
CUSTOMER SATISFACTION DAN *BRAND*
LOYALTY SEBAGAI VARIABEL MEDIASI
(Studi pada Konsumen *Skincare* Avoskin
di Kota Semarang)**



SKRIPSI

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

Disusun oleh:

NAJWA SALMA TSABITA
NIM. 12010122140315

FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG
2026