

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS
PELAYANAN, CITRA TOKO DAN *PERCEIVED
VALUE* TERHADAP MINAT MEMBELI ULANG
MELALUI KEPUASAN PELANGGAN
SEBAGAI VARIABEL INTERVENING**
(Studi Pada Konsumen Hypermart 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:

KARTINI SUKMADEWI

NIM. 12010116130184

FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS

UNIVERSITAS DIPONEGORO

SEMARANG

2020