ANALISIS PENGARUH KUALITAS LAYANAN, KUALITAS PRODUK, *BRAND IMAGE* DAN *PERCEIVED VALUE* TERHADAP MINAT BELI ULANG DENGAN KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING

(Studi Pada Konsumen Rumah Makan Pondok Bandeng BaBe Kabupaten Pati)

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat

untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1)

pada Program Sarjana Fakultas Ekonomika dan Bisnis

Universitas Diponegoro

Disusun oleh:

NYARMIATI

NIM. 12010117130131

FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS

UNIVERSITAS DIPONEGORO

SEMARANG

2021