

**ANALISIS PENGARUH *PRODUCT QUALITY*,
PERCEIVED PRICE, DAN *SALES PROMOTION*
TERHADAP *REPURCHASE INTENTION*
DENGAN *CUSTOMER SATISFACTION*
SEBAGAI VARIABEL INTERVENING
(Studi Empiris Konsumen Fore Coffee 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:

RAISYA MAULIA ILHAM
NIM. 12010121140214

**FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG
2025**