

**ANALISIS PENGARUH *BRAND IMAGE*, *CUSTOMER SATISFACTION*, *PERCEIVED VALUE*, DAN *AFTER-SALES SERVICE* TERHADAP *REPURCHASE INTENTION* DENGAN *BRAND TRUST* SEBAGAI VARIABEL *INTERVENING***  
(Studi Pada Pengguna *Smartphone* Samsung di Kota Semarang)



**TESIS**

Diajukan sebagai salah satu syarat  
untuk memperoleh derajat S2 Magister Manajemen  
pada Program Magister Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis  
Universitas Diponegoro

Disusun oleh:

**ADITYO NUGROHO**  
**NIM. 12010124410031**

**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN**  
**FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS**

**UNIVERSITAS DIPONEGORO**

**SEMARANG**

**2026**