

**PENGARUH *BRAND TRUST* DAN *CONSUMER PERCEIVED VALUE*
TERHADAP *REPURCHASE INTENTION* YANG DIMEDIASI OLEH
*CUSTOMER SATISFACTION***

**(Survei pada konsumen Mie Instan Lemonilo
di Daerah Istimewa Yogyakarta)**

SKRIPSI



Disusun oleh :

GRES ENJEL BR BUKIT

141200001

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"
YOGYAKARTA
2024**

HALAMAN JUDUL

**PENGARUH *BRAND TRUST* DAN *CONSUMER PERCEIVED VALUE*
TERHADAP *REPURCHASE INTENTION* YANG DIMEDIASI OLEH
*CUSTOMER SATISFACTION***

**(Survei pada konsumen Mie Instan Lemonilo di Daerah Istimewa
Yogyakarta)**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi persyaratan mendapatkan gelar Sarjana Manajemen
pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas
Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta



DISUSUN OLEH:

GRES ENJEL BR BUKIT

141200001

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN”
YOGYAKARTA
2024**