

ANALISIS PENGARUH *BRAND IMAGE* DAN *ONLINE CUSTOMER REVIEW* TERHADAP *REPURCHASE INTENTION* MELALUI *PERCEIVED VALUE* SEBAGAI VARIABEL MEDIASI DALAM PERSPEKTIF TEORI *STIMULUS-ORGANISM-RESPONSE* (S-O-R)

(Survei pada Konsumen Produk *Skincare* Azarine di Daerah Istimewa Yogyakarta)

SKRIPSI



DINDA AGUSTINA FAUZIAH

NIM. 141220143

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

2026

ANALISIS PENGARUH *BRAND IMAGE* DAN *ONLINE CUSTOMER REVIEW* TERHADAP *REPURCHASE INTENTION* MELALUI *PERCEIVED VALUE* SEBAGAI VARIABEL MEDIASI DALAM PERSPEKTIF TEORI *STIMULUS–ORGANISM–RESPONSE* (S–O–R)

(Survei pada Konsumen Produk *Skincare* Azarine di Daerah Istimewa Yogyakarta)

SKRIPSI

Diajukan guna untuk memenuhi persyaratan untuk mendapatkan gelar Sarjana Manajemen pada Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta



DINDA AGUSTINA FAUZIAH

NIM. 141220143

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

2026