

PENGARUH *VALUE CO-CREATION* TERHADAP *CUSTOMER SATISFACTION* MELALUI *PRODUCT INNOVATION* SEBAGAI VARIABEL MEDIASI PADA KOPI KENANGAN
(Studi Kasus Pada Mahasiswa AB Angkatan 2022 - 2024 UPN "Veteran"

Yogyakarta)

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi persyaratan memperoleh gelar Sarjana (S1)



Disusun Oleh:

Ari Rahman

NIM 152220081

JURUSAN ILMU ADMINISTRASI BISNIS
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"
YOGYAKARTA

2026