

**PENGARUH *PERCEIVED VALUE*, *BRAND IMAGE*, DAN *BRAND TRUST*
TERHADAP *REPURCHASE INTENTION* PADA KONSUMEN RITEL
“JELITA COSMETIC”**

SKRIPSI



DEPI RIS WANDA

141220338

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

2026