

**PENGARUH *PERCEIVED VALUE*, *CUSTOMER SATISFACTION*, DAN
BRAND EXPERIENCE TERHADAP *REPURCHASE INTENTION*
MELALUI *WORD OF MOUTH* SEBAGAI MEDIASI
PADA *BUSINESS CENTER HNI YOGYA 2*
DI YOGYAKARTA**

SKRIPSI



SYAFIQ FAZA HELMIKHWANA

NIM.141220385

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

2026