PENGARUH *PRODUCT QUALITY* DAN *SERVICE QUALITY* TERHADAP *REPURCHASE INTENTION* DENGAN DIMEDIASI *CUSTOMER SATISFACTION*

(Survei pada Konsumen Generasi Z Kopi Kenangan Seturan di Yogyakarta)

SKRIPSI

THAVANA AYU MAYLANI

NIM. 141220300

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"

YOGYAKARTA

2026