PENGARUH *CUSTOMER ENGAGEMENT* DAN *STORE ATMOSPHERE* TERHADAP *REPURCHASE INTENTION* DENGAN *PERCEIVED VALUE* SEBAGAI VARIABLE MEDIASI PADA TOKO PARFUM FRAGANCIA DI KOTA PALU

TESIS

Oleh:

Ahmad Jayadi

241241028

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

2026