

**PENGARUH PERSEPSI KUALITAS LAYANAN, PERSEPSI HARGA,
DAN KELENGKAPAN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN ULANG DENGAN KEPUASAN KONSUMEN SEBAGAI
VARIABEL INTERVENING PADA SWALAYAN SUPER INDO**

***THE INFLUENCE OF SERVICE QUALITY PERCEPTION, PRICE
PERCEPTION, AND PRODUCT COMPLETENESS ON REPURCHASE
DECISIONS WITH CONSUMER SATISFACTION AS INTERVENING
VARIABLES IN SUPER INDO SUPERMARKETS***



Oleh

M. ALFAHMI AKBAR NIKAWA

20150410164

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA

2019