

SKRIPSI

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



Telah disetujui Dosen Pembimbing
Pembimbing

Misbahul Anwar, SE., M.Si.
19670916199202 143 014

Tanggal 19 Maret 2019

SKRIPSI

**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***

Diajukan oleh:

M. ALFAHMI AKBAR NIKAWA

20150410164

Skripsi ini telah Dipertahankan dan Disahkan di depan
Dewan Penguji Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Tanggal 19 Maret 2019

Yang terdiri dari

Siti Dyah Handayani, S.E., M.M., Dr.

Ketua Tim Penguji

Misbahul Anwar, SE., M.Si.

Anggota Tim Penguji

Sutrisno Wibowo, SE., MM.

Anggota Tim Penguji

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Rizal Yaya, SE., M.SC., Ph.D., Ak, CA.

NIK. 19731218199904 143 068