

PENGARUH *PERCEIVED ENJOYMENT* DAN *CUSTOMER VALUE* TERHADAP *REPURCHASE INTENTION* SPOTIFY PREMIUM MELALUI *CUSTOMER SATISFACTION* SEBAGAI VARIABEL MEDIASI
(Studi Pada Pengguna Aplikasi Spotify Premium Kabupaten Kebumen)
SKRIPSI



Disusun Oleh :

Nama Mahasiswa : Nur Haedah Sari

N.I.M. : 215504554

Program Studi : Manajemen S1

UNIVERSITAS PUTRA BANGSA
PROGRAM STUDI MANAJEMEN (S-1)
KEBUMEN
2025

PENGARUH *PERCEIVED ENJOYMENT* DAN *CUSTOMER VALUE* TERHADAP *REPURCHASE INTENTION* SPOTIFY PREMIUM MELALUI *CUSTOMER SATISFACTION* SEBAGAI VARIABEL MEDIASI
(Studi Pada Pengguna Aplikasi Spotify Premium Kabupaten Kebumen)

SKRIPSI

Ditulis dan diajukan untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Strata-1 di Program Studi Manajemen Universitas Putra Bangsa



Disusun Oleh :

Nama Mahasiswa : Nur Haedah Sari
N.I.M. : 215504554
Program Studi : Manajemen S1

UNIVERSITAS PUTRA BANGSA
PROGRAM STUDI MANAJEMEN (S-1)
KEBUMEN
2025