PENGARUH *PERCEIVED VALUE* DAN *PERCEIVED QUALITY* TERHADAP *REPURCHASE INTENTION* PADA SPOTIFY DI MASYARAKAT KOTA BANDUNG

SKRIPSI

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk
Memperoleh Gelar Sarjana Administrasi Bisnis
Program Studi Administrasi Bisnis

Disusun Oleh:
Jason Raynaldo
1501198383

PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS
FAKULTAS KOMUNIKASI DAN BISNIS
UNIVERSITAS TELKOM
BANDUNG
2022