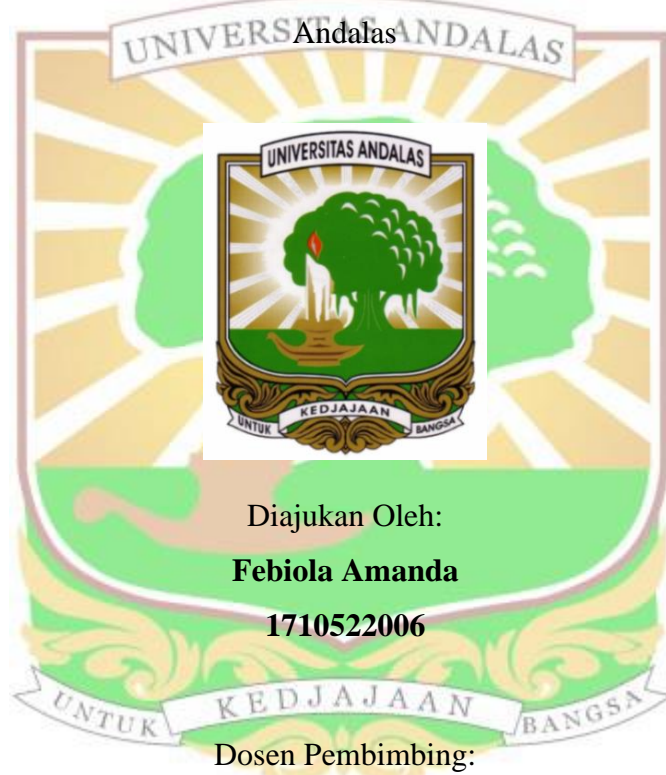


**PENGARUH *PRICE FAIRNESS* DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP
REPURCHASE INTENTION KONSUMEN DENGAN *CUSTOMER*
SATISFACTION SEBAGAI VARIABEL INTERVENING
(STUDI PADA KONSUMEN CFC BATUSANGKAR)**

SKRIPSI

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Mencapai Gelar Sarjana Pada Program
Studi S1 Departemen Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas



Dr. Vera Pujani, SE, MM. Tech

PROGRAM STUDI S1 DEPARTEMEN MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS ANDALAS

PADANG

2022



No. Alumni Universitas	FEBIOLA AMANDA	No. Alumni Fakultas
------------------------	-----------------------	---------------------

a) Tempat/Tgl Lahir : Tangerang/15 April 2000, b) Nama Orang Tua : Marthias dan Emmismar, c) Fakultas : Ekonomi dan Bisnis, d) Departemen : Manajemen, e) No Bp : 1710522006, f) Tanggal Lulus : 17 Juni 2022, g) Prediket Lulus : Sangat Memuaskan, h) IPK : 3,52 i) Lama Studi : 4 Tahun 10 Bulan, j) Alamat Orang Tua : Perumahan Taman Rizano Blok A4, Malana, Batusangkar.

PENGARUH PRICE FAIRNESS DAN BRAND IMAGE TERHADAP REPURCHASE INTENTION KONSUMEN DENGAN CUSTOMER SATISFACTION SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (STUDI PADA KONSUMEN CFC BATUSANGKAR)

Skripsi oleh : Febiola Amanda

Pembimbing : Dr. Vera Pujani, SE, MM. Tech

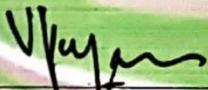


ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis keterkaitan *Price Fairness*, *Brand Image*, *Customer Satisfaction* dan *Repurchase Intention* pada konsumen CFC Batusangkar. Sampel penelitian ini adalah konsumen CFC Batusangkar atau masyarakat Batusangkar yang pernah melakukan pembelian di CFC Batusangkar minimal 2 kali. Ukuran sampel 170 responden. Teknik pengambilan sampel yaitu *purposive sampling*. Analisis data menggunakan *SmartPLS 3.3.9*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Price Fairness* dan *Brand Image* berpengaruh signifikan terhadap *Customer Satisfaction*, *Price Fairness* dan *Customer Satisfaction* berpengaruh signifikan terhadap *Repurchase Intention*, *Brand Image* berpengaruh tidak signifikan terhadap *Repurchase Intention*, *Price Fairness* dan *Brand Image* berpengaruh signifikan terhadap *Repurchase Intention* melalui *Customer Satisfaction*.

Kata Kunci : *Price Fairness, Brand Image, Customer Satisfaction, Repurchase Intention*

Skripsi telah dipertahankan di depan sidang penguji dan dinyatakan lulus pada tanggal : 17 Juni 2022

Abstrak telah di setujui oleh :

Tanda Tangan	1. 	2. 	3. 
Nama Terang	Dr. Vera Pujani, SE, MM. Tech	Dr. Eri Besta, SE, MM	Syafrizal, SE, ME, Ph.D

Mengetahui,
Ketua Departemen Manajemen

Hendra Lukito, SE, MM, Ph.D
NIP.197106242006041007



Alumnus telah mendaftar ke Fakultas/Universitas dan Mendapat Nomor Alumnus :

	Petugas Fakultas/Universitas	
No. Alumni Fakultas	Nama:	Tanda Tangan:
No Alumni Universitas	Nama:	Tanda Tangan: