

SKRIPSI

PENGARUH *SENSORY MARKETING* DAN *PRICE PERCEPTION* TERHADAP *REPURCHASE INTENTION* MELALUI *CUSTOMER SATISFACTION* PADA MIE GACOAN PURWOKERTO



Oleh:

**ATTEKA AENI
NIM 20210208036**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS SOSIAL, EKONOMI DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS NAHDLATUL ULAMA PURWOKERTO
PURWOKERTO
2026**