

PENGARUH *CUSTOMER PARTICIPATION BEHAVIOR* DAN *CUSTOMER CITIZENSHIP BEHAVIOR* TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN MELALUI *CUSTOMER PERCEIVED VALUE* SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA OHM STUDI JEPANG DI KOTA BANDUNG

“The Influence of Customer Participation Behavior and Customer Citizenship Behavior toward Customer Satisfaction through Customer Perceived Value as intervening variable on OHM Studi Jepang in Bandung”

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat menempuh Program Strata 1
Program Studi Manajemen

Skripsi

Oleh :

IRVAN SYACHRANIE

21214915



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI & BISNIS
UNIVERSITAS KOMPUTER INDONESIA**

2020