

**FAKTOR PEMBENTUK *PERCEIVED VALUE* DAN *PERCEIVED RISK*
SERTA IMPLIKASINYA TERHADAP *REPURCHASE INTENTION*
(STUDI PADA *PEER-TO-PEER ACCOMODATION*: REDDOORZ)**



**INDONESIA
BANKING
SCHOOL**

Disusun Oleh:

ANUGRAH RAIHAN PRATAMA

20181111040

SKRIPSI

**Diajukan untuk melengkapi Sebagai Syarat
Guna Mencapai Sarjana Ekonomi
Program Studi Manajemen**

STIE INDONESIA BANKING SCHOOL

Jakarta

2022