PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI NILAI PRODUK DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PRODUK EIGER
(STUDY KASUS DI DURI KOSAMBI CENGKARENG)

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Manajemen Universitas Mercu Buana Jakarta

UNIVERSITAS
MERCU BUANA
UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Nama : Muhamad Azis

Nim : 43114110038

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2019