

**PENGARUH PERSEPSI HARGA, *BRAND IMAGE*,
KEPERCAYAANDANE-MARKETING TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIANPOMADE(SURVEI PADA KONSUMENTOKO POMADE
“POWEROFF”)**

SKRIPSI



ELKY RIFALDI

141120111

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL“VETERAN”
YOGYAKARTA
2017**