

PENGARUH PERSEPSI NILAI, PERSEPSI KUALITAS, PERSEPSI
HARGA, DAN CITRA MEREK TERHADAP NIAT BELI (SURVEY
PADA KONSUMEN PRODUK TAS LAPTOP MEREK POLO DI
KOTA YOGYAKARTA)

SKRIPSI



Disusun Oleh :

Ananta Wahyu Iryanto

141140486

Prodi Manajemen

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Universitas Pembangunan Nasional "Veteran"

Yogyakarta

2017/2018