

**ANALISIS PENGARUH PROMOSI, *BRAND IMAGE*, DAN *CAFE ATMOSPHERE*  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN**

**(Studi pada Konsumen Starbucks Malioboro 41 Yogyakarta)**

**SKRIPSI**



**PUTRO SUGIHARTO**

**NIM. 141150032**

**JURUSAN MANAJEMEN**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"**

**YOGYAKARTA**

**2019**