

PENGARUH PERSEPSI CITRA MEREK, PERSEPSI
KEPERCAYAAN MEREK, PERSEPSI KUALITAS PRODUK,
DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP MINAT BELI MOBIL
WULING ALMAZ
(Survei pada konsumen di Kota Yogyakarta)

SKRIPSI



Disusun Oleh:

ADI ACHMAD ISTANANTO

NIM: 141150507

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"
YOGYAKARTA
2019**