

**PENGARUH *BRAND IMAGE, PRODUCT QUALITY, SOCIAL MEDIA, STORE
ATMOSPHERE*, TERHADAP *PURCHASE DECISION***

(Survei Pada Konsumen Melipir *Coffee* Yogyakarta)

SKRIPSI



Disusun Oleh :

AIS SHINTIA FEBRIANTI

NIM. 141180171

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" YOGYAKARTA

2022

