ANALISIS PERSEPSI KONSUMEN TERHADAP

SEGMENTASI, TARGETING DAN *POSITIONING*

(Studi Pada Konsumen Resto Merapi Kridosono)

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan

Memperoleh Gelar Sarjana (S1)

DisusunOleh :

Raden Bayu Adji Sadewa

152110108

PROGRAM STUDI ILMU ADMINISTRASI BISNIS

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"

YOGYAKARTA

2016