

**PENGARUH SUASANA TOKO (*STORE ATMOSPHERE*), VARIASI
PRODUK, DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELI
KONSUMEN PADA RUMAH MAKAN SAWAH RESTO YOGYAKARTA**

SKRIPSI



DISUSUN OLEH :

BANGKIT PRIYONO

141120011

JURUSAN MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"

YOGYAKARTA

2016