

**PENGARUH PREFERENSI MEREK, PERSEPSI KUALITAS,
PERSEPSI HARGA DAN KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP MINAT BELI
ULANG SHAMPO SUNSILK HIJAB**

**(Studi pada Pengguna Shampo Sunsilk Hijab di Universitas Muhammadiyah
Yogyakarta)**

***THE INFLUENCE OF BRAND PREFERENCE, QUALITY PERCEPTION, PRICE
PERCEPTION AND CUSTOMERS SATISFACTION***

OF REBUYING INTEREST SUNSILK HIJAB SHAMPOO

(Study on Sunsilk Hijab Shampoo at Muhammadiyah University of Yogyakarta)



Oleh

NURHIKMAH

20130410306

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA

2017