

IMPLIKASI STRATEGIS NILAI PELANGGAN (*PRODUCT VALUE, PERSONNEL VALUE, SERVICE VALUE DAN IMAGE VALUE*) TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN (*CUSTOMER SATISFACTION*)

(Studi Pada Produk *Smartphone*)

Tesis

Diajukan Guna Memenuhi Persyaratan
Untuk Memeroleh Gelar Sarjana Strata 2

Program Studi Magister Manajemen



Diajukan Oleh

Nara Pati Awang Narindra

20091020062

Kepada

**PROGRAM PASCASARJANA
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA
2012**