

**PENGARUH STRATEGI DIFERENSIASI, CITRA MEREK, PERSEPSI
HARGA, DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA
PRODUK MIE SAMYANG**

**(Studi pada konsumen produk mie Samyang di Daerah Istimewa
Yogyakarta)**

***THE INFLUENCE OF DIFFERENTIAL STRATEGY, BRAND IMAGE,
PRICE PERCEPTION, AND PROMOTION OF DECISION PURCHASE ON
SAMYANG PRODUCT***

***(Study on consumer of Samyang noodle product in Special Region of
Yogyakarta)***

SKRIPSI



Oleh:

RIYZAL MANUN

20130410272

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

2017