

**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)***



Telah disetujui Dosen Pembimbing

Tanggal, 25 Agustus 2017


Dr. Siti Dyah Handayani, MM.

NIK: 19680531199202 143 012

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)

Diajukan oleh:

RIYZAL MANUN

20130410272

Skripsi ini telah Dipertahankan dan Disahkan di depan Dewan Penguji Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta Tanggal 26 September 2017 Yang terdiri dari:

Dr. Siti Dyah Handayani, MM
Ketua Tim Penguji

Drs. Asnawi Asdinardju, M.Si
Anggota Tim Penguji

Hasnah Rimiati, Dra., M.Si
Anggota Tim Penguji

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Dr. Rizal Yaya, S.E., M.Sc., Ak., CA.
NIK. 19731218199904 143 068