

**SKRIPSI**

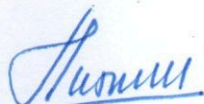
**PENGARUH IKLAN, PERSEPSI PRODUK, PERSEPSI HARGA,  
KEPERCAYAAN MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
CLOTHING "OUVAL RESEARCH" SECARA ONLINE MELALUI MEDIA  
SOSIAL INSTAGRAM**

***EFFECT OF ADVERTISING, PRODUCT PERCEPTION, PRICE  
PERCEPTION, BRAND TRUST ON "OUVAL RESEARCH" PURCHASE  
CLOTHING DECISIONS ONLINE THROUGH SOCIAL MEDIA  
INSTAGRAM***



Telah disetujui Dosen Pembimbing

Pembimbing



Dr. Susanto, MS

NIP. 195212231980031003

Yogyakarta, 24 Januari 2019

**SKRIPSI**

**PENGARUH IKLAN, PERSEPSI PRODUK, PERSEPSI HARGA,  
KEPERCAYAAN MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
CLOTHING "OUVAL RESEARCH" SECARA ONLINE MELALUI MEDIA  
SOSIAL INSTAGRAM**

**EFFECT OF ADVERTISING, PRODUCT PERCEPTION, PRICE  
PERCEPTION, BRAND TRUST ON "OUVAL RESEARCH" PURCHASE  
CLOTHING DECISIONS ONLINE THROUGH SOCIAL MEDIA  
INSTAGRAM**

Diajukan oleh

**GILANG ARSANA**

**20140410137**

Skripsi ini telah Dipertahankan dan Disahkan di depan Dewan Penguji Program  
Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah

Yogyakarta

Tanggal 24 Januari 2019

Yang terdiri dari

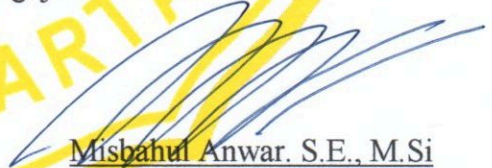
Dr. Siti Dyah Handayani, S.E., M.M.

Ketua Tim Penguji



Dr. Susanto, S.E., M.S.

Anggota Tim Penguji



Misbahul Anwar, S.E., M.Si

Anggota Tim Penguji



Mengetahui  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Rizal Yaya, S.E., M.Sc., Ph.D., Ak., CA.

NIK. 19731218199904 143 068