

**ANALISIS PERSEPSI HARGA, PROMOSI, KEUNIKAN PRODUK DAN
DISTRIBUSI COKLAT MONGGO TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
OLEH MASYARAKAT YOGYAKARTA**

*ANALYSIS OF PERCEPTIONS OF PRICE, PROMOTIONS, PRODUCT
UNIQUENESS AND DISTRIBUTIONS OF COKLAT MONGGO ON PURCHASING
DECISIONS BY THE PEOPLE OF YOGYAKARTA*

SKRIPSI



Disusun oleh :

HENRI KURNIAWAN

20150410200

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

2019