

SKRIPSI

PENGARUH *BRAND EQUITY* DAN DISPLAY PRODUK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN TIDAK TERENCANA PRODUK PAKAIAN
(Studi Kasus Pada Produk Pakaian Merek *The Executive* Yogyakarta)

*THE INFLUENCE OF BRAND EQUITY AND DISPLAY PRODUCT ON
IMPULSE BUYING FASHION PRODUCT*
(Study Case on Brand Fashion Product *The Executive* Yogyakarta)

HALAMAN PENGESAHAN

Diajukan Oleh:

MUHAMMAD BURHANUDIN ANWAR

20120410045

Telah disetujui oleh :

Pembimbing,



Retno Widowati PA., M.Si., Ph.D

Tanggal 29 Mei 2019

NIK. 196304071991032001

SKRIPSI

**PENGARUH *BRAND EQUITY* DAN DISPLAY PRODUK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN TIDAK TERENCANA PRODUK-PAKAIAN
(Studi Kasus Pada Produk Pakaian Merek *The Executive* Yogyakarta)**

***THE INFLUENCE OF BRAND EQUITY AND DISPLAY PRODUCT ON
IMPULSE BUYING FASHION PRODUCT
(Study Case on Brand Fashion Product *The Executive* Yogyakarta)***

Diajukan Oleh

MUHAMMAD BURHANUDIN ANWAR

20120410045

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

Tanggal 28 Juni 2019


yang terdiri dari


Dr. Indah Fatmawati, S.E., M.Si

Ketua Tim Penguji


Dr. Susanto, MS

Anggota Tim Penguji


Sutrisno Wibowo, SE., MM

Anggota Tim Penguji

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta


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

NIDN.1973.281999904.143.068