

**ANALISIS PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PERSEPSIAN, DAN  
PERSEPSI HARGA, TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DAN  
MINAT BELI ULANG PRODUK HALAL**

***ANALYSIS THE EFFECT OF BRAND IMAGE, PERCEIVED QUALITY,  
AND PRICE PERCEPTION ON CUSTOMER SATISFACTION AND  
REPURCHASE INTENTION ON HALAL PRODUCT***

**SKRIPSI**

Diajukan Guna Memenuhi Persyaratan untuk Memperoleh Gelar Sarjana  
Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



Disusun Oleh:

**DEWI SETYANINGRUM**

**20160410135**

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

**2019**