

**PENGARUH PERSEPSI HARGA, KUALITAS PRODUK, PROMOSI, DAN
LOKASI TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DENGAN KEPUASAN
PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI PADA KEDAI
KOPI STARBUCKS YOGYAKARTA**

***EFFECT OF PRICE PERCEPTION, PRODUCT QUALITY, PROMOTION,
AND LOCATION OF CUSTOMER LOYALTY WITH CUSTOMER
SATISFACTION AS A VARIABLE OF MEDIATION IN STARBUCKS
COFFEE SHOP YOGYAKARTA***

SKRIPSI

Diajukan Guna Memenuhi Persyaratan Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Pada
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas
Muhammadiyah Yogyakarta



Disusun Oleh :

NOVI NUR IKHTIARNI

20160410050

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA

2019