

PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS PERSEPSIAN TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK EIGER DI KOTA YOGYAKARTA

*THE INFLUENCE OF BRAND IMAGE AND PERCEIVED QUALITY ON
PURCHASING DECISIONS OF EIGER PRODUCTS IN YOGYAKARTA
Study on employee of Eiger Product in Yogyakarta*

SKRIPSI

Diajukan Guna Memenuhi Persyaratan untuk Memperoleh Gelar Sarjana
pada Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



Disusun oleh :

Muhammad Debby Nugraha

20120410135

Fakultas Ekonomi

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

2016