PENGARUH PERSEPSI HARGA,RESIKO, DAN NILAI TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PRODUK PRIVATE LABEL CARREFOUR

Studi pada konsumen yang berbelanja produk private label Carrefour di Yogyakarta

SKRIPSI

Ditulis Oleh :

Nama	: Sobar Ramdhani
Nomor Mahasiswa	: 10311251
Jurusan	: Manajemen
Bidang Konsentrasi	: Pemasaran

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

FAKULTAS EKONOMI

YOGYAKARTA

2015