

PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PERSEPSIAN DAN NILAI PERSEPSI
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN MISTER BURGER

(Studi Pada Konsumen Mister Burger FE Universitas Muhammadiyah Yogyakarta)

THE INFLUENCE OF BRAND IMAGE, PERCEIVED QUALITY AND VALUE
PERCEPTION ON CUSTOMER SATISFACTION OF MISTER BURGER

(Study On Mister Burger Customers at FE Universitas Muhammadiyah Yogyakarta)

Skripsi

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



OLEH

YUNITA ADI KURNIAWATI

20090410087

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA

2014