

**PENGARUH PERSEPSI PENGEMASAN, MANFAAT UTILITARIAN,
MANFAAT HEDONIK TERHADAP KEPUASAN MEREK KOSMETIK
MEREK *THE FACE SHOP***

**THE EFFECT PERCEPTION PACKAGING, UTILITARIAN BENEFITS,
BENEFITS HEDONIC ON BRAND SATISFACTION BRAND
COSMETICS *THE FACE SHOP***

SKRIPSI



Oleh :

Bintang Sulanjari

20120410202

PROGRAM STUDI MANAJEMEN FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA

2016