PENGARUH PERSEPSI DIFERENSIASI PRODUK DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ALAT KONTRASEPSI JENIS KONDOM MEREK DUREX DAN FIESTA

(SUATU STUDI PADA PENDUDUK KOTA BANDUNG UTARA)

THE INFLUENCE PERCEPTION OF PRODUCT DIFFERENTIATION AND BRAND IMAGE ON THE PURCHASING DECISION OF CONTRACEPTION CONDOM DUREX AND FIESTA

(A STUDY AT POPULATION OF NORTH BANDUNG CITY)

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi persyaratan
dalam menempuh jenjang S1
Program Studi Manajemen

Oleh :

WILDAN TAUFIK
NIM : 21207054



PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS KOMPUTER INDONESIA
BANDUNG
2011