PENGARUH PERSEPSI KONSUMEN DAN MOTIVASI KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK KAIN RAJUT (STUDI KASUS PADA CV. SETIA TUNGGAL TEXTIL KAB. BANDUNG)

THE INFLUENCE OF CONSUMER PERCEPTIONS AND MOTIVATIONS OF CONSUMERS AGAINST PURCHASING DECISION PRODUCTS FABRIC KNIT (CASE STUDY ON CV. SETIA TUNGGAL TEXTIL)

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
Program Studi Manajemen

Disusun Oleh :

Mohamad Yogi Rahmatulloh

21212072



PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS KOMPUTER INDONESIA
BANDUNG
2016