PENGARUH PERSEPSI NILAI DAN PERSEPSI RISIKO TERHADAP MINAT BELI PADA PRODUK PRIVATE LABEL GIANT EKSPRES SUCI BANDUNG

THE INFLUENCE OF PERCEIVED VALUE AND PERCEIVED RISK TOWARDS PURCHASE INTENTION FOR A PRIVATE LABEL BRAND OF GIANT EXPRESS SUCI BANDUNG

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Dalam Menempuh Jenjang S1 Pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis

GILANG AJI PRATAMA

21213152

PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS KOMPUTER INDONESIA
BANDUNG
2017