

**ANALISIS PENGARUH PERSEPSI HARGA, KUALITAS
PRODUK, CITRA MEREK, DAYA TARIK PROMOSI, DAN
DESAIN PRODUK TERHADAP KEMANTAPAN KEPUTUSAN
PEMBELIAN MOBIL HONDA ALL NEW JAZZ
DIBANDINGKAN PESAING SEJENISNYA
(Studi Kasus pada Konsumen Mobil Honda All New Jazz di Kota Semarang)**



SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat
Untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1)
Pada Program Sarjana Fakultas Ekonomika dan Bisnis
Universitas Diponegoro

Disusun oleh :

CAHYA KURNIA SARASWATI
NIM. 12010111150015

FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG

2013