

**ANALISIS PENGARUH PERSEPSI HARGA,
KUALITAS PRODUK DAN DAYA TARIK IKLAN
TERHADAP MINAT BELI AIR MINUM AXOGY
(Studi Kasus pada Pengguna Air Minum Kota Magelang
Jawa Tengah)**



SKRIPSI

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

Disusun oleh :

DASANTI JIWANING WINAHYU
NIM. C2A008033

**FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG
2012**