



Pengaruh persepsi kegunaan produk dan pengaruh pergaulan sosial terhadap penilaian konsumen dalam meningkatkan minat mereferensikan produk dan implikasinya terhadap manajemen strategi :: Studi kasus

pada Nissan Grand Livina

WIDHYANTI, Maria Nathalia, John Suprihanto, Dc., MM

Universitas Gadjah Mada, 2010 | Diunduh dari <http://etd.repository.ugm.ac.id/>

PENGARUH PERGAULAN SOSIAL TERHADAP PENILAIAN KONSUMEN DALAM MENINGKATKAN MINAT MEREFERENSIKAN PRODUK DAN IMPLIKASINYA TERHADAP MANAJEMEN STRATEGI

Studi Kasus pada Nissan Grand Livina

Thesis
untuk memenuhi sebagian persyaratan
mencapai derajat Sarjana S-2

Program Studi Magister Manajemen
Jurusan Ilmu-ilmu Sosial



PERPUSTAKAAN
UNIVERSITAS GADJAH MADA

diajukan oleh
Maria Nathalia Widhyanti
17505/PS/MM/05

Kepada
FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS
UNIVERSITAS GADJAH MADA
2010