

**ANALISIS POSISI MEREK LEMARI ES  
BERDASARKAN PERSEPSI DAN PREFERENSI  
KONSUMEN DENGAN METODE  
MULTIDIMENSIONAL SCALING**

**TESIS**

untuk memenuhi sebagian persyaratan mencapai derajat Sarjana S-2  
Program Studi Magister Manajemen



Diajukan oleh:

Hizkia Aekguan Oloan Sitanggang  
15/387273/PEK/20823

**Kepada  
FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS  
UNIVERSITAS GADJAH MADA  
2019**