

**HUBUNGAN ANTARA *BRAND POSITIONING* DENGAN GAYA
INTUITIF DALAM PENGAMBILAN KEPUTUSAN UNTUK
MENYIMPAN DANA PADA ANGGOTA BMT MITRA MANDIRI**

SKRIPSI



oleh:

HAFID DIRDA MUADIB

13/349423/PS/06591

**FAKULTAS PSIKOLOGI
UNIVERSITAS GADJAH MADA
YOGYAKARTA**

2017