

**PENGARUH PERSEPSI HARGA, CITRA MEREK DAN *WORD OF MOUTH*
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN LAYANAN OJEK *ONLINE* GOJEK
(Studi Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Yogyakarta)**

***EFFECT OF PRICE PERSEPTION, BRAND IMAGE AND WORD OF MOUTH
TO THE PURCHASING DECISION OF OJEK *ONLINE* GOJEK SERVICE
(Study on Student Muhammadiyah University of Yogyakarta)***

SKRIPSI



Oleh:

FADIL ABDI

20140410077

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

2018