

**ANALISIS PERAN *PERSONAL SELLING*, *PUBLICITY*, DAN
COMPETITIVE ADVANTAGE PRODUCT TERHADAP
KEPUTUSAN PELAKU UMKM DALAM MEMILIH PRODUK
PEMBIAYAAN *MUDHARABAH* DAN *MUSYARAKAH* DI BANK
BRI SYARIAH GODEAN**



SKRIPSI

Oleh:

Bimantara Raharja

NIM : 20150730137

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS AGAMA ISLAM
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA
2018**