



**LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI**

**NAMA** : FAJRUL MUBARAK  
**NIM** : 11471105311  
**KONSENTRASI** : MANAJEMEN PEMASARAN  
**PROGRAM STUDI** : MANAJEMEN  
**FAKULTAS** : EKONOMI DAN ILMU SOSIAL  
**SEMESTER** : VIII  
**JUDUL** : PENGARUH *BRAND IMAGE*, PERSEPSI KUALITAS DAN INTENSITAS PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MOBIL TOYOTA YARIS PADA PT.AGUNG AUTOMALL JL.SM AMIN PEKANBARU

**DISETUJUI OLEH:**

**PEMBIMBING**



**ERMANSYAH SE,MM**

**NIP.130 712 070**

**MENGETAHUI**

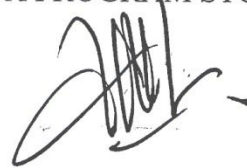
**DEKAN**

**KETUA PROGRAM STUDI**



**Dr. Drs. H. MUH. SAID, M. Ag, MM**

**NIP:19620512 198903 1 003**



**AINUN MARDIAH, SE, MM**

**NIP:19781203 200604 2 001**