

SKRIPSI

**PENGARUH KETIDAKPUASAN KONSUMEN DAN PERSEPSI HARGA
TERHADAP KEPUTUSAN PERPINDAHAN MEREK DARI NATASHA
SKIN CARE DENGAN IKLAN PRODUK PESAING DAN *VARIETY*
SEEKING SEBAGAI VARIABEL MODERASI**



Oleh:

LIEN NUR FADILLAH

NIM : C1B012012

KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI DAN PENDIDIKAN TINGGI

UNIVERSITAS JENDERAL SOEDIRMAN

PURWOKERTO

2016

SKRIPSI

**PENGARUH KETIDAKPUASAN KONSUMEN DAN PERSEPSI HARGA
TERHADAP KEPUTUSAN PERPINDAHAN MEREK DARI NATASHA
SKIN CARE DENGAN IKLAN PRODUK PESAING DAN *VARIETY*
SEEKING SEBAGAI VARIABEL MODERASI**



KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI DAN PENDIDIKAN TINGGI

UNIVERSITAS JENDERAL SOEDIRMAN

PURWOKERTO

2016