

**SKRIPSI**

**FAKTOR – FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERILAKU  
PERPINDAHAN MEREK**

(Studi pada Pengguna Pasta Gigi Merek Close Up di Fakultas Ekonomi dan  
Bisnis, Universitas Jenderal Soedirman)



**KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI DAN PENDIDIKAN TINGGI  
UNIVERSITAS JENDERAL SOEDIRMAN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
PURWOKERTO  
2016**

## **SKRIPSI**

### **FAKTOR – FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERILAKU PERPINDAHAN MEREK**

(Studi pada Pengguna Pasta Gigi Merek Close Up di Fakultas Ekonomi dan  
Bisnis, Universitas Jenderal Soedirman)



**Diajukan untuk memenuhi persyaratan memperoleh gelar sarjana ekonomi  
pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jenderal Soedirman**

**Oleh :**

**IRA DAMAYANI**

**C1B012062**

**KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI, DAN PENDIDIKAN TINGGI  
UNIVERSITAS JENDERAL SOEDIRMAN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
PURWOKERTO  
2016**