



Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi

PRASETIYA MULYA

TUGAS AKHIR

**Dampak Persepsi Nilai terhadap Kepuasan
Konsumen yang Memicu Terjadinya
Loyalitas Pengguna Layanan Pesan Instan
di Indonesia
Studi: *Line (Naver Japan)***

Dendy Muharsyah Emiral

0132101038

**KONSENTRASI – PEMASARAN
PROGRAM STUDI MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI PRASETIYA MULYA
AGUSTUS, 2014**



**Dampak Persepsi Nilai terhadap Kepuasan
Konsumen yang Memicu Terjadinya
Loyalitas Pengguna Layanan Pesan Instan
di Indonesia**
Studi: *Line (Naver Japan)*

Dendy Muharsyah Emiral

0132101038



**KONSENTRASI – PEMASARAN
PROGRAM STUDI MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI PRASETIYA MULYA
AGUSTUS, 2014**



**Dampak Persepsi Nilai terhadap Kepuasan
Konsumen yang Memicu Terjadinya
Loyalitas Pengguna Layanan Pesan Instan
di Indonesia**
Studi: *Line (Naver Japan)*

Dendy Muharsyah Emiral

0132101038



1982

TUGAS AKHIR INI DIAJUKAN UNTUK MELENGKAPI
SEBAGIAN PERSYARATAN MENJADI SARJANA EKONOMI

**KONSENTRASI – PEMASARAN
PROGRAM STUDI MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI PRASETIYA MULYA
AGUSTUS, 2014**