

**STRATEGI PEMASARAN MELALUI PRODUK,  
HARGA, DAN TEMPAT TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN  
(Studi Kasus Toko Pertanian UD. Mulya Barokah)**



Diajukan sebagai syarat untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1)  
Pada Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi  
Universitas Muhammadiyah Semarang

Disusun Oleh

**ARIEF NUR ROHMAN**

**NIM. E2A016043**

**FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SEMARANG  
2020**