

PENGARUH STRATEGI PEMASARAN (*SEGMENTING, TARGETING, POSITIONING*) DAN *PRODUCT MIX* TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA CV. KEMBAR JAYA KOTA PROBOLINGGO

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh
Gelar Sarjana Manajemen



Oleh :

SATRIO HADI SANTOSO

NIM : 146410132

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS PANCA MARGA PROBOLINGGO
2019**