

STRATEGI DIFERENSIASI PRODUK, INOVASI PRODUK DAN *CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT* MELALUI KEUNGGULAN BERSAING (*COMPETITIVE ADVANTAGE*) BERKELANJUTAN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI TERHADAP *MARKETING PERFORMANCE* PRODUK LOKAL UMKM JENIS PANGAN KOTA TERNATE

SKRIPSI

Disusun dan diajukan untuk memenuhi syarat dalam mencapai derajat Sarjana-Strata 1 Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi & Bisnis Universitas Khairun

Bidang Ilmu

Manajemen Pemasaran



Diajukan oleh:

SANDI ARIF

02041711072

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS KHAIRUN
TERNATE**

2020