

PENGARUH *EXPERIENTAL MARKETING*
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PELANGGAN STARBUCKS *COFFEE*
(studi kasus Grand Indonesia)
TAHUN 2014

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Ahli Madya
Program Studi D3 Manajemen Pemasaran



Disusun oleh :

Diah Iftinan

6304110036

D3 MANAJEMEN PEMASARAN
FAKULTAS ILMU TERAPAN
UNIVERSITAS TELKOM
BANDUNG
2014