

**PENGARUH *SOCIAL MEDIA* TWITTER DAN *EXPERIENTIAL*  
*MARKETING* TERHADAP PEMBENTUKAN *BRAND AWARENESS*  
SERTA IMPLIKASINYA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
(Studi Kasus pada Konsumen Giggle Box Café & Resto Cabang Progo – Bandung)**

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

Disusun oleh :

**Baiq Khaulah Yuliana**

**6304124004**



**D3 MANAJEMEN PEMASARAN**

**FAKULTAS ILMU TERAPAN**

**UNIVERSITAS TELKOM**

**BANDUNG**

**2015**