

PENGARUH *MARKETING MIX*
(*PRODUCT, PRICE, PLACE, PROMOTION, PROCESS,*
***PEOPLE, PHYSICAL EVIDENCE*) TERHADAP KEPUTUSAN**
PEMBELIAN PADA WARUNG MISBAR KOTA BANDUNG

SKRIPSI

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Administrasi Bisnis
Program Studi S1 Administrasi Bisnis

Disusun oleh:
Muhammad Diza Pertama
1501154161



PROGRAM STUDI S1 ADMINISTRASI BISNIS
FAKULTAS KOMUNIKASI DAN BISNIS
UNIVERSITAS TELKOM
2020