PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN HANDPHONE MEREK BLACKBERRY (STUDI KASUS PADA MAHASISWA ADMINISTRASI BISNIS SEKOLAH ADMINISTRASI BISNIS DAN KEUANGAN INSTITUT MANAJEMEN TELKOM PERIODE NOVEMBER 2011 - MEI 2012)

Resti Handarini[1], Heppy Millanyani[2], S.sos.[3]

[1]Ilmu Administrasi Bisnis, Fakultas Komunikasi Dan Bisnis, Universitas Telkom

[1]**resti.handarini@yahoo.co.id**