

PENGARUH BAURAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK IM3

(Studi Kasus Mahasiswa Sabk IM Telkom Bandung)

LAPORAN TUGAS AKHIR

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

Disusun Oleh:

Lupi Yuliantari

010600068



**INSTITUT MANAJEMEN
TELKOM**

SEKOLAH ADMINISTRASI BISNIS DAN KEUANGAN

INSTITUT MANAJEMEN TELKOM

2013