

HALAMAN PERSETUJUAN

PENGARUH EXPERIENTIAL MARKETING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN

PELANGGGAN STARBUCKS COFFEE

(Studi kasus Grand Indonesia)

(Periode Maret 2014 – September 2014)

Diajukan untuk Memenuhi Syarat untuk Memperoleh

Gelar Ahli Madya

Program Studi D3 Manajemen Pemasaran

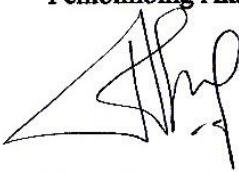
Disusun oleh:

Diah Iftinan

6304110036

Menyetujui,

Pembimbing Akademik



Rahmat Hidayat, SE., MM.

D3 MANAJEMEN PEMASARAN

FAKULTAS ILMU TERAPAN

UNIVERSITAS TELKOM

BANDUNG