

HALAMAN PERSETUJUAN
PENGARUH *EXPERIENTAL* MARKETING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PELANGGAN 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