IDENTIFIKASIBAURAN PROMOSI DAN PENGARUHNYA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA PRODUK PT. COCA-COLA DISTRIBUTION INDONESIA – WEST JAVA (STUDI KASUS KONSUMEN WILAYAH SALES OFFICE BANDUNG METRO BARAT)

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi dan melengkapi salah satu syarat dalam menempuh Ujian Akhir Program Studi Manajemen S1 Fakultas Bisnis Dan Manajemen Universitas Widyatama

Disusun oleh :

Putri Aghnia Andini

0211U064

FAKULTAS BISNIS DAN MANAJEMEN

UNIVERSITAS WIDYATAMA

Terakreditasi *(Accredited)* "A"

SK. Ketua Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi (BAN-PT)

Nomor : 091/SK/BAN-PT/AK-XV/S/II/2013

Tanggal 21 Februari 2013

BANDUNG

2015