

Model Manajemen Pemasaran Perguruan Tinggi Integratif  
Dan Komprehensif Untuk Mencapai Daya Saing Tinggi  
**Dr. Imanuddin Hasbi, ST., MM.**

Pengaruh Celebrity Endorser Dan Brand Association  
Terhadap Keputusan Pembelian  
**Binti Nurlailiya<sup>1</sup>, Bethani Suryawardani<sup>2</sup>**

Strategi Orientasi Pasar Dalam Memenuhi Nilai Pelanggan  
Di Era Asean Economic Community(AEC)  
**Rima Rahmayanti<sup>1</sup>, Putu Nina Madiawati<sup>2</sup>**

Analisis Hubungan Konsumsi Energi Dengan Pertumbuhan Ekonomi  
Di Indonesia Pada Sektor Industri Dan Transportasi Periode 2000 – 2014  
**Tria Aprliana, SE., MSi<sup>1</sup>, Didi Tarmidi, SE., MSi<sup>2</sup>**

Determinan Corporate Payout  
(Studi Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar  
Di Bursa Efek Indonesia Periode Tahun 2005-2012)  
**Issyana Indraswari<sup>1</sup>, Chandra Wijaya<sup>2</sup>**

Pengaruh Atribut Produk Terhadap Proses Keputusan  
Pembelian Sepeda Motor Honda Beat Di Bandung  
**Farah Oktafani<sup>1</sup>, Arga Eka Putra Prawiranegara<sup>2</sup>**

Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian  
Kosmetik Pond's Di Kota Bandung  
**<sup>1)</sup>Ismah Fauziah, <sup>2)</sup>Rennyta Yusiana**

Pengaruh Brand Awareness Dan Perceived Quality Terhadap Keputusan Pembelian  
Re:On Comics (Studi Pada Pengunjung Gerai Komik Gramedia Jalan Merdeka Bandung)  
**Hermansyah Wahid<sup>1</sup>, Tri IndraWijaksana<sup>2</sup>**

Penerbit :

Program Studi Administrasi Bisnis  
Fakultas Komunikasi dan Bisnis  
Universitas Telkom

Jl. Telekomunikasi, Terusan Buah Batu, Bandung 40257,

t: +62 22 7503509

f: +62 22 7503509

Website : [bba.telkomuniversity.ac.id](http://bba.telkomuniversity.ac.id)

Email : [businessjournal@telkomuniversity.ac.id](mailto:businessjournal@telkomuniversity.ac.id)



JUN.