

ANALISIS PENGARUH PROMOSI, WORD OF MOUTH, DAN BRAND AWARENESS TERHADAP PEMBENTUKAN MINAT BELI (Studi Kasus pada Coffee Groove Semarang)



SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat
untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1)
pada Program Sarjana Fakultas Ekonomika dan Bisnis
Universitas Diponegoro

Disusun oleh:

BHIMA HERBRIAN KUSUMA
NIM. 12010110151046

FAKULTAS EKONOMIKA dan BISNIS
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG
2014