

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN PROMOSI SERTA STRATEGI PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MINUMAN KOPI DIKEDAI KEDUA

(Studi Kasus pada Mahasiswa Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung Jurusan Manajemen angkatan 2020-2023)

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Program Studi/ Jurusan Manajemen Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG

Disusun Oleh :

Deputri Mauldy Syafini

1209240060

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
PROGRAM STUDI / JURUSAN MANAJEMEN
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN
GUNUNG DJATI BANDUNG**

2024 M / 1446