ANALISIS PENGARUH MARKETING MIX TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PONSEL OLEH KONSUMEN NOKIA

KARYA AKHIR
DIAJUKAN SEBAGAI SALAH SATU SYARAT UNTUK MENYELESAIKAN PROGRAM PASCASARJANA PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN

OLEH

MUHAMMAD KHAIRUL

55106120032

UNIVERSITAS MERCUBUANA
PROGRAM PASCASARJANA
PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN
2009

ANALISIS PENGARUH MARKETING MIX TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PONSEL OLEH KONSUMEN NOKIA

KARYA AKHIR

OLEH

MUHAMMAD KHAIRUL

55106120032

UNIVERSITAS MERCUBUANA
PROGRAM PASCASARJANA
PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN
2009