PENGARUH *STORE ATMOSPHERE* DAN INOVASI PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA MON CHERIE DESSERTS BAR BANDUNG

The Effect of Store Atmosphere and Innovative Products to Purchasing Decision on Mon Cherie Desserts Bar Bandung

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Menempuh Program Strata 1

Program Studi Manajemen

SKRIPSI

Disusun Oleh :

Ananthya Costulata Syarief

21211122

PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS KOMPUTER INDONESIA
BANDUNG
2016