PENGARUH STRATEGI PROMOSI *MIDNIGHT SALE* DAN PERSEPSI KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN
(Survey Pada Konsumen Super Indo Cabang Antapani Bandung)

The Influence Of the Midnight Sale Promotion Strategy And Consumer Perception To Consumer Purchase Decisions (Survey In Consumer Of Super Indo Antapani Bandung)

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Komputer Indonesia

Oleh:
LELY DIMYATI
21207099

PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS KOMPUTER INDONESIA
BANDUNG
2014