PENGARUH POTONGAN HARGA (DISKON) DAN PENATAAN PRODUK TERHADAP PEMBELIAN IMPLUSIF DI GIANT HYPEMARKET

The Effect of Price Discount and Display Product to Implusive Buying at Giant Hypemarket

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1)
pada Program Sarjana Fakultas Ekonomi
Universitas Komputer Indonesia

Disusun oleh :

RUSMI HERDIANTI
NIM. 21212916

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