PENGARUH *PRICE DISCOUNT* DAN *BONUS PACK* TERHADAP *IMPULSE BUYING* DI GIANT EKSTRA

(Survey pada konsumen Giant Ekstra Hyperpoint Pasteur Bandung)

The influence of price discount and bonus pack on impulse buying at Giant Ekstra

(Survey to customers of Giant Ekstra Hyperpoint Pasteur Bandung)

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk menempuh Jenjang Strata 1
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Komputer Indonesia

Disusun Oleh :

DESSI CAHYA FITRI

21213145

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS KOMPUTER INDONESIA

BANDUNG

2017