

**PENGARUH *SOCIAL MEDIA* TWITTER DAN *EXPERIENTIAL*
MARKETING TERHADAP PEMBENTUKAN *BRAND AWARENESS*
SERTA IMPLIKASINYA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
(Studi Kasus pada Konsumen Giggle Box Café & Resto Cabang Progo – Bandung)**

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Ahli Madya
Program Studi D3 Manajemen Pemasaran

Disusun oleh :

Baiq Khaulah Yuliana

6304124004



D3 MANAJEMEN PEMASARAN

FAKULTAS ILMU TERAPAN

UNIVERSITAS TELKOM

BANDUNG

2015