PENGARUH *BRAND AWARENESS* DAN *PERCEIVED QUALITY* TERHADAP MINAT BELI NEUCENTRIX *DATA CENTER*

(Studi Kasus PT. Telkom Bengawan Bandung 2019)

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

Disusun Oleh

Jalil Nur Rahman

6704161040

D3 MANAJEMEN PEMASARAN

FAKULTAS ILMU TERAPAN

UNIVERSITAS TELKOM

BANDUNG

2019