

PENGARUH *BRAND IMAGE* TERHADAP PROSES KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi Kasus pada Chocodot Garut, 2020)

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

Disusun Oleh:

Nurul Lutfiyah Rahimah

6704172056



**D3 MANAJEMEN PEMASARAN
FAKULTAS ILMU TERAPAN
UNIVERSITAS TELKOM
2020**