

## SUMMARY

# ANALISA PEMASARAN TERHADAP DUA WARTEL DENGAN PENDEKATAN KONSEP BAURAN PEMASARAN

Created by ADRIAN UMBARA

**Subject** : ANALISA PEMASARAN TERHADAP DUA WARTEL DENGAN PENDEKATAN KONSEP  
BAURAN PEMASARAN

**Subject Alt** : ANALISA PEMASARAN TERHADAP DUA WARTEL DENGAN PENDEKATAN KONSEP  
BAURAN PEMASARAN

**Keyword** : ANALISA PEMASARAN

### Description :

Persepsi ini bertujuan menganalisis pemasaran dari wartel AMANAH dan wartel GERHANA di Bekasi. Hal yang melatarbelakangi pemilihan masalah ini adalah dikarenakan usaha wartel adalah salah satu usaha yang cukup populer. Usaha wartel ini juga adalah suatu usaha kecil menengah yang dapat dijalankan oleh mereka yang memiliki banyak keterbatasan sumber yang ada. Pemberdayaan usaha kecil menengah seperti ini diharapkan dapat menaikkan taraf kehidupan bagi mereka yang termasuk golongan kecil menengah. Sehingga mereka tidak terlalu tergantung kepada penghasilan yang didapat dari tempat mereka bekerja.

**Date Create** : 05/12/2014

**Type** : Text

**Format** : pdf

**Language** : Indonesian

**Identifier** : UEU-Master-undergraduate\_993133010160032

**Collection** : undergraduate\_993133010160032

**Call Number** : 654.1 AUAa

**Source** : magister these management of faculty

**Relation Collection** Universitas Esa Unggul

**COverage** : Civitas Akademika Universitas Esa Unggul

**Right** : copyright2014\_Library@esaunggul

### Full file - Member Only

If You want to view FullText...Please Register as MEMBER

### Contact Person :

Astrid Chrisafi (mutiaraadinda@yahoo.com)

Thank You,

Astrid ( [astrid.chrisafi@esaunggul.ac.id](mailto:astrid.chrisafi@esaunggul.ac.id) )

Supervisor