

SUMMARY

Efektifitas Media Periklanan Buy One Get One Produk “Frappuccino Blended Coffee dan Frappuccino Blended Cream” Starbucks Coffee Mall Taman Anggrek April 2011

Created by HENDRY TOMAN JOVAN

Subject : Starbucks Coffee Mall Taman Anggrek
Subject Alt : Media Periklanan
Keyword : Efektivitas media periklanan, Buy One Get One, Produk farppuccino blended coffee and cream, Starbucks Coffee Mall Taman Anggrek

Description :

Starbucks Coffee melakukan promosi Buy One Get One produk Frappuccino Blended Coffee dan Blended Cream yang ditujukan untuk meningkatkan penjualan produk tersebut di setiap gerainya. Penulis memilih gerai Mall Taman Anggrek sebagai tempat penelitian skripsinya, sehingga penulis tertarik untuk meneliti keefektifitasan media periklanan yang dipakai oleh PT. Sari Coffee Indonesia terhadap customer Starbucks Coffee Mall Taman Anggrek.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian survei deskriptif. Untuk teknik pengambilan sampel, penulis menggunakan teknik accidental sampling. Pada penelitian ini, penulis mendapatkan 72 sampel yang layak untuk menjadi responden dalam penelitian ini.

Hasil dari penelitian mengenai Efektivitas Media Periklanan Buy One Get One Frappuccino Blended Coffee dan Blended Cream” Starbucks Coffee Mall Taman Anggrek April 2011 adalah media jejaring sosial and media banner adalah

Date Create : 22/01/2015
Type : Text
Format : pdf
Language : Indonesian
Identifier : UEU-Undergraduate-undergraduate_2006-51-023
Collection : undergraduate_2006-51-023
Source : Undergraduate these communication of faculty
Relation Collection Universitas Esa Unggul
COverage : Civitas Akademika Universitas Esa Unggul
Right : COPYRIGHT2015@ESAUNGGULLIBRARY

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)

Supervisor