PENGARUH *VIRAL MARKETING* DAN *EXPERIENTIAL MARKETING* TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN MELALUI KEPUTUSAN PEMBELIAN

Skripsi

Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen (S.M)

Nama : NEISYA ROSELLA RUSTANTHIA

NIM : 2012 11 151

PROGRAM STUDI S-1 MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS ESA UNGGUL

JAKARTA

2016