

**ANALISIS PENGARUH *EXPERIENTIAL MARKETING* DAN
ELECTRONIC WORD OF MOUTH TERHADAP *PURCHASE*
DECISION DAN *BRAND AWARENESS* SEBAGAI
VARIABEL *INTERVENING*
(Studi kasus pada Inul Vizta Family KTV Cabang Kedoya)**

SKRIPSI

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

**NAMA : BERLIAN JUANDA NABELLA
NIM : 2012-11-321**



**PROGRAM STUDI S-1 MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS ESA UNGGUL
JAKARTA
2016**