ANALISIS PENGARUH *EXPERIENTIAL MARKETING* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN

(Studi pada Hotel Bintang 4 Kota Semarang)

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat
Untuk menyelesaikan Progam Sarjana (S1)
Pada Progam Sarjana Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Dian Nuswantoro

Disusun Oleh:
AYU SHOLANDA
NIM: B11.2011.02275

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS DIAN NUSWANTORO
SEMARANG
2017