

Analisis Penggunaan Model AIDA (*Attention, Interest, Desire, Action*) Pada Keputusan Pembelian Produk-Produk The Body Shop Di Bandar Lampung

Skripsi



Oleh

Nama : Yessica Reanita P
NPM : 0911011118
Pembimbing I : Rinaldi Bursan, S.E., M.Si
Pembimbing II : Lis Andriani, S.E., M.Si

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS LAMPUNG
2013**