

SKRIPSI
PENGARUH MARKETING MIX (*Product, Price, Place and Promotion*)
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA KONSUMEN
IRMA SASIRANGAN BANJARMASIN

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh
Gelar Sarjana (S1) pada Program Studi Administrasi Bisnis

Oleh:
SANDI AGUSTINUS
D1A214094



UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
BANJARMASIN
2019