

PENGARUH *SEGMENTASI, TARGETING, DAN POSITIONING* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PT. HAJAR ASWAD KABUPATEN PROBOLINGGO

SKRIPSI



Oleh :

FEBI DWI NOVIARANI

NIM : 176410006

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS PANCA MARGA PROBOLINGGO
2021**