

PENGARUH *DIGITAL MARKETING*, *BRAND IMAGE*, DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA *KENTUCKY FRIED CHICKEN* (KFC) KOTA PROBOLINGGO

SKRIPSI



Oleh :

GIOFANI ALMASAH

NIM : 186410124

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS PANCA MARGA
PROBOLINGGO
2022**