PENGARUH STRATEGI PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN UMKM MIEBOX SVAADISHT NOODALS LHOKSEUMAWE

SKRIPSI

Oleh:

NOVI RAHMADANI
NIM: 220260068

PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS
JURUSAN ADMINISTRASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MALIKUSSALEH
LHOKSEUMAWE

2026