

PENGARUH PERSEPSI ATAS IMPLEMENTASI *CUSTOMER RELATIONSHIP MARKETING* TERHADAP MOTIF PEMBELIAN

(SURVEI PADA MAHASISWA PENGGUNA KARTU SELULAR TELKOMSEL DI
LINGKUNGAN RW IV KELURAHAN KETAWANGGEDE KECAMATAN
LOWOKWARU MALANG)

SKRIPSI

**Diajukan untuk Menempuh Ujian Sarjana
pada Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya**

**ALDI YOGA PRATAMA
NIM : 0810320189**



**UNIVERSITAS BRAWIJAYA
FAKULTAS ILMU ADMINISTRASI
JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
KONSENTRASI MANAJEMEN PEMASARAN
MALANG
2012**