

Pengaruh bauran pemasaran terhadap keputusan pembelian melalui aplikasi go-food (Studi kasus di Geprek Benu)

The effect of marketing mix on purchasing decisions through of go-food (Case study in Geprek Benu)

Alfaindra Syfa`unuza(1) dan Hari Dwi Utami(2)

1) Mahasiswa Sosial Ekonomi Peternakan, Fakultas Peternakan, Universitas Brawijaya, Malang

2) Dosen Fakultas Peternakan, Universitas Brawijaya, Malang

Email : salfaindra@gmail.com

ABSTRACT :