

HALAMAN PENGESAHAN

**PERBANDINGAN ANTARA FORMAT IKLAN *ONLINE NATIVE*
ADVERTISING DAN *ONLINE BANNER ADVERTISING* TERHADAP
PERILAKU KONSUMEN PADA IKLAN *ONLINE***

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Gelar Master
Program Studi Manajemen**

Disusun oleh:

Siti Aisyah

2401150031



Pembimbing:



Dr. MAYA ARIYANTI, SE., MM.

PROGRAM STUDI MAGISTER MANAGEMENT

FAKULTAS EKONOMI BISNIS

UNIVERSITAS TELKOM

BANDUNG

2016