

**PENGGUNAAN METRIK MAGNITUDE OF INFLUENCE DAN
INFLUENCE RANK DALAM PENERAPAN MARKETING
COMMUNICATIONS MIX PADA JARINGAN SOSIAL TELKOMSEL DI
TWITTER**

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Gelar Sarjana S-1

Program Studi Manajemen Bisnis Telekomunikasi dan Informatika

Disusun oleh:

Tsana Hasti Nabila

1201110308



Pembimbing



Andry Alamsyah, S.Si., M.Sc

MANAJEMEN BISNIS TELEKOMUNIKASI DAN INFORMATIKA

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS TELKOM