

**STRATEGI PENENTUAN PERINGKAT *BRAND* BERDASARKAN  
JEJARING SOSIAL PERCAKAPAN PADA MEDIA SOSIAL TWITTER  
(STUDI KASUS PADA TELKOMSEL, XL DAN INDOSAT)**

SKRIPSI

Disusun oleh :

BEBYTA EKA APRILYANTI

1201124051



**MANAJEMEN BISNIS TELEKOMUNIKASI DAN INFORMATIKA**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**UNIVERSITAS TELKOM**

**BANDUNG**

**2015**