HALAMAN PERSETUJUAN

PENGARUH IKLAN PADA MEDIA SOSIAL *TWITTER* DAN TELEVISI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI MATAHARIMALL.COM TAHUN 2016

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Ahli Madya Pada Program Studi D3 Manajemen Pemasaran

Disusun Oleh:

Siti Dira Febrina Ritonga

6304130109

Menyetujui,

Pembimbing Akademik

Sampurno Wibowo, SE., MSi

D3 MANAJEMEN PEMASARAN

FAKULTAS ILMU TERAPAN

UNIVERSITAS TELKOM

BANDUNG

2016