

HALAMAN PENGESAHAN

**ANALISIS PERSENTASE EFEKTIVITAS IKLAN (PROMOSI) DAN
EFEKTIVITAS LINE SHOPPING MENGGUNAKAN METODE
*CUSTOMER RESPONSE INDEX (CRI)***

**(Studi Deskriptif Efektivitas LINE Shopping Dalam Menyampaikan Iklan (Promo)
Kepada Mahasiswa-Mahasiswi Telkom University 2015)**


Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen
Bisnis Program Studi Manajemen Bisnis Telekomunikasi dan Informatika

Disusun oleh :

Arya Widya Praja

1201110236



Pembimbing

Yudi Priyadi ST., M.T

**MANAJEMEN BISNIS TELEKOMUNIKASI DAN INFORMATIKA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS TELKOM
BANDUNG
2015**