

HALAMAN PERSETUJUAN
PENGARUH *SOCIAL MEDIA MARKETING* MELALUI *TWITTER @KAI121*
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
(Studi pada Konsumen PT Kereta Api Indonesia Tahun 2016)

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

Disusun oleh :

Dwikky Nugraha

6304130085



Pembimbing

Fanni Husnul Hanifa, SE., MM

D3 MANAJEMEN PEMASARAN
FAKULTAS ILMU TERAPAN
UNIVERSITAS TELKOM
BANDUNG

2016