

**EFEKTIFITAS IKLAN *PRODUCT PLACEMENT* L'ORÉAL PADA FILM
ADA APA DENGAN CINTA 2 MENGGUNAKAN METODE *CUSTOMER
RESPONSE INDEX***

SKRIPSI

Disusun oleh:

PUTRI DELIFA AMRU

1201130414



MANAJEMEN BISNIS TELEKOMUNIKASI DAN INFORMATIKA

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS TELKOM

BANDUNG

2017

HALAMAN JUDUL

**EFEKTIFITAS IKLAN *PRODUCT PLACEMENT* L'ORÉAL PADA FILM
ADA APA DENGAN CINTA 2 MENGGUNAKAN METODE *CUSTOMER
RESPONSE INDEX***

***EFFECTIVENESS OF PRODUCT PLACEMENT ADVERTISING L'ORÉAL
ON FILM ADA APA DENGAN CINTA 2 USING CUSTOMER RESPONSE
INDEX METHOD***

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Gelar Sarjana

Program Studi Manajemen Bisnis Telekomunikasi dan Informatika

Disusun oleh:

PUTRI DELIFA AMRU

1201130414



**PRODI MANAJEMEN BISNIS TELEKOMUNIKASI DAN
INFORMATIKA**

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS TELKOM

BANDUNG

2017

HALAMAN PENGESAHAN

**EFEKTIFITAS IKLAN *PRODUCT PLACEMENT* L'ORÉAL PADA FILM
ADA APA DENGAN CINTA 2 MENGGUNAKAN METODE *CUSTOMER
RESPONSE INDEX***

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Gelar Sarjana

Program Studi Manajemen Bisnis Telekomunikasi dan Informatika

Disusun oleh:

PUTRI DELIFA AMRU

1201130414



Pembimbing

ERNI MARTINI, S.SOS., M.M

**PRODI MANAJEMEN BISNIS TELEKOMUNIKASI DAN
INFORMATIKA**

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS TELKOM

BANDUNG

2017