

HALAMAN PERSETUJUAN
ANALISIS PENGARUH *SOCIAL MEDIA MARKETING* TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN BAKSO BOEDJANGAN
MELALUI MEDIA SOSIAL TWITTER
(Periode Maret 2015 – Juli 2015)

Diajukan untuk Memenuhi Syarat untuk Memperoleh
Gelar Ahli Madya
Program Studi D3 Manajemen Pemasaran
Universitas Telkom

Disusun oleh:
ILHAM PERMANA PUTRA
6304120045



Menyetujui,
Pembimbing Akademik


Widya Sastika, ST, MM

D3 MANAJEMEN PEMASARAN
FAKULTAS ILMU TERAPAN
UNIVERSITAS TELKOM
BANDUNG