

**PENGARUH ELEMEN *ADVERTISING* TERHADAP PEMBENTUKAN *BRAND AWARENESS* DAN DAMPAKNYA PADA PROSES KEPUTUSAN PEMBELIAN MODEM SMARTFREN DI KAWASAN INSTITUT MANAJEMEN TELKOM BANDUNG**

**SKRIPSI**

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen Bisnis  
Program Studi Manajemen Bisnis Telekomunikasi dan Informatika

Disusun oleh:

Hendrawan

109400461



**Sekolah Manajemen Telekomunikasi dan Media**

**INSTITUT MANAJEMEN TELKOM**

**BANDUNG**

**2013**

**HALAMAN PERSETUJUAN**

**PENGARUH ELEMEN *ADVERTISING* TERHADAP PEMBENTUKAN *BRAND AWARENESS* DAN DAMPAKNYA PADA PROSES KEPUTUSAN PEMBELIAN MODEM SMARTFREN DI KAWASAN INSTITUT MANAJEMEN TELKOM BANDUNG**

**SKRIPSI**

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen Bisnis  
Program Studi Manajemen Bisnis Telekomunikasi dan Informatika

Disusun oleh:

Hendrawan

109400461



Pembimbing,

Nurvita Trianasari, S.Si., M.Stat.

**Sekolah Manajemen Telekomunikasi dan Media**

**INSTITUT MANAJEMEN TELKOM**

**BANDUNG**

**2013**

## PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa Tugas Akhir ini dengan judul **“Pengaruh Elemen *Advertising* Terhadap Pembentukan *Brand Awareness* Dan Dampaknya Pada Proses Keputusan Pembelian Modem Smartfren di Kawasan Institut Manajemen Telkom Bandung”** adalah benar-benar karya saya sendiri. Saya tidak melakukan penjiplakan kecuali melalui pengutipan sesuai dengan etika keilmuan yang berlaku. Saya bersedia menanggung resiko/sanksi yang dijatuhkan kepada saya apabila ditemukan pelanggaran terhadap etika keilmuan dalam Tugas Akhir saya ini.

Bandung, Agustus 2013

Yang membuat pernyataan,

Hendrawan

109400461