HALAMAN PENGESAHAN

ANALISIS EFEKTIVITAS IKLAN TELEVISI SAMPOERNA A – MILD VERSI "NANTI JUGA LO PAHAM" DENGAN MENGGUNAKAN EPIC MODEL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MASYARAKAT KOTA BANDUNG

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh

Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

Program S1 Ilmu Komunikasi

Disusun Oleh:

M. Biuzar Azmi Putra

1204132301

Marketing Communication

UNIVERSITAS
Telkom

Menyetujui,

Ratih Hasanah Sudrajat. S.Sos.,M.Si.

NIP. 13780046

PROGRAM STUDI S1 ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS KOMUNIKASI DAN BISNIS

UNIVERSITAS TELKOM

BANDUNG

2019