HALAMAN PENGESAHAN

PENGARUH *PRICE DISCOUNT*, *FREE GIFT*, DAN *SOCIAL MEDIA MARKETING* TERHADAP PERILAKU KONSUMEN DENGAN MODEL AIDA PADA PRODUK PONSEL PREMIUM HUAWEI DI INDONESIA

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

Disusun Oleh:

Olga Monica

1401164044

Pembimbing,

Dra. INDRAWATI, M.M, Ph.D

MANAJEMEN BISNIS TELEKOMUNIKASI DAN INFORMATIKA

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS TELKOM

BANDUNG

2020