

PENGARUH BROSUR TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN MEMAKAI JASA LAUNDRY

(Studi Media Iklan Pada Jasa Laundry (“Waroenk Laundry”, “Simply Fresh”, dan “Super Wash”) Di Sekitar Kawasan Pendidikan Telkom)

**Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Gelar
Sarjana Program Studi Ilmu Komunikasi**

Disusun Oleh :

Bestananda Kusumawandono

108500048

Marketing Communication



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
SEKOLAH KOMUNIKASI MULTIMEDIA
INSTITUT MANAJEMEN TELKOM BANDUNG**

2013