

PENGARUH IKLAN TELEVISI IM3 TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN

(Studi Kasus : Pelanggan IM3 SMA Negeri 59 Jakarta Timur)

Tahun 2014

Diajukan untuk Memenuhi Syarat untuk Memperoleh Gelar Ahli Madya

Program Studi D3 Manajemen Pemasaran

Universitas Telkom

Disusun Oleh:

MIRAWATI

(6304110042)



D3 MANAJEMEN PEMASARAN

FAKULTAS ILMU TERAPAN

UNIVERSITAS TELKOM

BANDUNG

2014