

**Pengaruh Penggunaan Media Sosial Sebagai Alat Pemasaran
(Studi Kasus: Persepsi Pengguna Facebook Dan Twitter Tentang Produk Samsung Di Kota Jakarta
Dan Bandung)**

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

Disusun oleh:

Ihsan Rahmawan

1201100129



FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS TELKOM

BANDUNG

2014

