

PENGARUH KONTEN PESAN IKLAN TERHADAP SIKAP KONSUMEN
(Studi Pada *Short Message Service* Telkomsel Di Kota Bandung Tahun 2014)

SKRIPSI

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

Disusun oleh :

Desti Virgani

1201104150



FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS TELKOM

UNIVERSITAS TELKOM

BANDUNG

2014