HALAMAN PERSETUJUAN

ANALISIS PENGARUH IKLAN DI TELEVISI TERHADAP *BRAND AWARENESS* PADA KONSUMEN (STUDI KASUS PADA MAHASISWA UNIVERSITAS TELKOM)

(Periode Mei 2014 – November 2014)

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Gelar Ahli Madya

Program Studi Diploma III Manajemen Pemasaran

Disusun Oleh :

Wahyu Budi Prasetya

6304110053

Menyetujui,

Pembimbing Akademik

Fanni Husnul Hanifa, SE.,MM

PROGRAM STUDI D3 MANAJEMEN PEMASARAN

FAKULTAS ILMU TERAPAN

UNIVERSITAS TELKOM

BANDUNG

2015