

ANALISIS FAKTOR PENERAPAN INTEGRATED MARKETING  
COMMUNICATION (ADVERTISING, SALES PROMOTION, PUBLIC  
RELATION, WORD OF MOUTH, CUSTOMER SERVICES, INTERACTIVE  
MARKETING) TERHADAP CONSUMER ONLINE PURCHASE DECISION

(Studi pada [www.provotoka.com](http://www.provotoka.com), 2015)

HALAMAN PENGESAHAN

Disajikan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Gelar

Sarjana Manajemen Bisnis

Program Studi Manajemen Bisnis Telekomunikasi dan Informatika

Disusun oleh :

Grace Meiske Nova Rares 1201110055



UNIVERSITAS  
Telkom

Pembimbing

09/09/2015

(Eka Yuliana, ST., MSM)

MANAJEMEN BISNIS TELEKOMUNIKASI DAN INFORMATIKA  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS TELKOM  
BANDUNG

2015