

HALAMAN PERSETUJUAN

PENGARUH IKLAN MELALUI MEDIA TELEVISI TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN TIKET PESAWAT MELALUI TRAVELOKA
(Survei Analisis Pada Mahasiswa/i Universitas Telkom Tahun 2015)

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Ahli Madya Pada
Program Studi D3 Manajemen Pemasaran Universitas Telkom

Disusun oleh:

Nurvita Wulandary

6304120105

Menyetujui

Pembimbing Akademik



Rennyta Yusiana, SE, MM

D3 MANAJEMEN PEMASARAN
FAKULTAS ILMU TERAPAN
UNIVERSITAS TELKOM
BANDUNG

2015