

HALAMAN PENGESAHAN

**EFEKTIVITAS IKLAN INDOMIE VERSI RAMADHAN DI MEDIA TELEVISI
MENGUNAKAN METODE EPIC (*EMPHATY, PERSUASION, IMPACT,*
DAN COMMUNICATION)
KOTA BANDUNG 2018**

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Ahli Madya Pada Program
Studi D3 Manajemen Pemasaran

Disusun oleh :

MUHAMAD HELMI MAKARIM
6704152042



Telkom
University

Menyetujui,
Pembimbing Akademik



Widya Sastika, S.T., MM

D3 MANAJEMEN PEMASARAN
FAKULTAS ILMU TERAPAN
UNIVERSITAS TELKOM

2018