

**PEMETAAN PERSEPSI KONSUMEN ATAS *ADVERTISING, SALES
PROMOTION, DAN PUBLIC RELATION*
DARI 5 SITUS RESERVASI TIKET *ONLINE* DI INDONESIA TAHUN 2015**
(Studi Pada *www.goindonesia.com, www.tiket.com, www.traveloka.com,
www.pegipegi.com, dan www.tiket2.com*)

SKRIPSI

Disusun oleh:

RETRINA DESKARA

1201110220



MANAJEMEN BISNIS TELEKOMUNIKASI DAN INFORMATIKA

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS TELKOM

BANDUNG

2015