

**ANALISIS FAKTOR PENERAPAN *INTEGRATED MARKETING  
COMMUNICATION (ADVERTISING, SALES PROMOTION, PUBLIC  
RELATION, WORD OF MOUTH, CUSTOMER SERVICES, INTERACTIVE  
MARKETING)* TERHADAP *CONSUMER PURCHASE DECISION*  
(Studi pada [www.traveloka.com](http://www.traveloka.com), 2015)**

**SKRIPSI**

**Disusun Oleh :  
Grace Meiske Novia Rares  
1201110055**



**MANAJEMEN BISNIS TELEKOMUNIKASI DAN INFORMATIKA  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS TELKOM  
BANDUNG  
2015**