

**EFEKTIFITAS IKLAN *PRODUCT PLACEMENT* L'ORÉAL PADA FILM  
ADA APA DENGAN CINTA 2 MENGGUNAKAN METODE *CUSTOMER  
RESPONSE INDEX***

SKRIPSI

Disusun oleh:

PUTRI DELIFA AMRU

1201130414



**MANAJEMEN BISNIS TELEKOMUNIKASI DAN INFORMATIKA**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**UNIVERSITAS TELKOM**

**BANDUNG**

**2017**

**HALAMAN JUDUL**

**EFEKTIFITAS IKLAN *PRODUCT PLACEMENT* L'ORÉAL PADA FILM  
ADA APA DENGAN CINTA 2 MENGGUNAKAN METODE *CUSTOMER  
RESPONSE INDEX***

***EFFECTIVENESS OF PRODUCT PLACEMENT ADVERTISING L'ORÉAL  
ON FILM ADA APA DENGAN CINTA 2 USING CUSTOMER RESPONSE  
INDEX METHOD***

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Gelar Sarjana

Program Studi Manajemen Bisnis Telekomunikasi dan Informatika

Disusun oleh:

PUTRI DELIFA AMRU

1201130414



**PRODI MANAJEMEN BISNIS TELEKOMUNIKASI DAN  
INFORMATIKA**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**UNIVERSITAS TELKOM**

**BANDUNG**

**2017**

**HALAMAN PENGESAHAN**

**EFEKTIFITAS IKLAN *PRODUCT PLACEMENT* L'ORÉAL PADA FILM  
ADA APA DENGAN CINTA 2 MENGGUNAKAN METODE *CUSTOMER  
RESPONSE INDEX***

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Gelar Sarjana

Program Studi Manajemen Bisnis Telekomunikasi dan Informatika

Disusun oleh:

PUTRI DELIFA AMRU

1201130414



Pembimbing

ERNI MARTINI, S.SOS., M.M

**PRODI MANAJEMEN BISNIS TELEKOMUNIKASI DAN  
INFORMATIKA**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**UNIVERSITAS TELKOM**

**BANDUNG**

**2017**