

HALAMAN PENGESAHAN

**ANALISIS PENGARUH SALES PROMOTION: TRADE PROMOTION
CLAP TERHADAP TINGKAT LOYALITAS MERCHANT
(Studi Kasus: Startup binaan PT.Telekomunikasi Indonesia Bandung (Clap)
Tahun 2018)**

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

Disusun Oleh:

Yolanda May Emmanuella B

6704150074



Mengetahui

Pembimbing,



Sri Widaningsih, S.Psi., M.M.

**D3 MANAJEMEN PEMASARAN
FAKULTAS ILMU TERAPAN
UNIVERSITAS TELKOM
BANDUNG
2018**