

SKRIPSI
PENGARUH IKLAN TELEVISI “INDOSAT SUPER 3G+” TERHADAP
BRAND AWARENESS

(Studi Survei di PT. Indosat Tbk. Kota Bandung)

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat
untuk Memperoleh Gelar Sarjana
Program Studi Ilmu Komunikasi

Disusun oleh:
Ismail Yuliyanto
108500099

Marketing Communication



PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
SEKOLAH KOMUNIKASI MULTIMEDIA

INSTITUT MANAJEMEN TELKOM
BANDUNG
2013