

LEMBAR PENGESAHAN
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



INSTITUT MANAJEMEN
TELKOM

Pembimbing,

Rah Utami Nugrahani, S.Sos., MBA

Ka.Prodi Ilmu Komunikasi,

Refi Rifaldi WG, ST.,MBA

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
SEKOLAH KOMUNIKASI MULTIMEDIA
INSTITUT MANAJEMEN TELKOM
BANDUNG
2013