

**PENGARUH DAYA TARIK IKLAN MEDIA TELEVISI TERHADAP PROSES
KEPUTUSAN PEMBELIAN**

(Studi Kasus : Produk Shampoo TRESemme Di Kota Bandung Tahun 2013)

**Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen
Bisnis Program Studi Manajemen Bisnis Telekomunikasi dan Informatika**

Disusun Oleh:

Putri Nurlinda Sari

109400230



**TELKOM ECONOMICS AND BUSINESS SCHOOL
TELKOM UNIVERSITY
BANDUNG
2013**