

PENGARUH *SALES PROMOTION* TERHADAP RESPON KONSUMEN
(Studi Kuantitatif Pada Program *Pay By SMS* Pada *D'Cost Seafood* Bandung Indah Plaza)

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana

Program Studi Ilmu Komunikasi

Disusun oleh:

Putu Devi Liana Pratiwi

1204104018

Marketing Communication



PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS KOMUNIKASI DAN BISNIS

TELKOM UNIVERSITY

BANDUNG

2014