

**ANALISIS PENGARUH IKLAN DI TELEVISI TERHADAP *BRAND AWARENESS*  
PADA KONSUMEN (STUDI KASUS PADA MAHASISWA UNIVERSITAS TELKOM )**

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Gelar Ahli Madya

Program Studi Diploma III Manajemen Pemasaran

**Disusun Oleh :**

**Wahyu Budi Prasetya**

**6304110053**



**PROGRAM STUDI D3 MANAJEMEN PEMASARAN**

**FAKULTAS ILMU TERAPAN**

**UNIVERSITAS TELKOM**

**BANDUNG**

**2015**