

**ANALISIS PERSENTASE EFEKTIVITAS IKLAN (PROMOSI) DAN
EFEKTIVITAS LINE SHOPPING MENGGUNAKAN METODE
CUSTOMER RESPONSE INDEX (CRI)
(Studi Deskriptif Efektivitas LINE Shopping Dalam Menyampaikan Iklan (Promo)
Kepada Mahasiswa-Mahasiswi Telkom University 2015)**

SKRIPSI

Disusun oleh :

Arya Widya Praja

1201110236



**MANAJEMEN BISNIS TELEKOMUNIKASI DAN INFORMATIKA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS TELKOM
BANDUNG
2015**

**ANALISIS PERSENTASE EFEKTIVITAS IKLAN (PROMOSI) DAN
EFEKTIVITAS LINE SHOPPING MENGGUNAKAN METODE
*CUSTOMER RESPONSE INDEX (CRI)***

**(Studi Deskriptif Efektivitas LINE Shopping Dalam Menyampaikan Iklan (Promo)
Kepada Mahasiswa-Mahasiswi Telkom University 2015)**

***ANALYSIS OF ADVERTISING (PROMOTION) EFFECTIVENESS AND LINE
SHOPPING EFFECTIVENESS PERCENTAGES USING CUSTOMER RESPONSE
INDEX (CRI) METHOD***

***(Descriptive Study Effectiveness of LINE SHOPPING in Deliver Advertisement
(Promotion) to Students of Telkom University 2015)***

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana
Manajemen Bisnis Program Studi Manajemen Bisnis Telekomunikasi dan

Informatika

Disusun Oleh:

Arya Widya Praja

1201110236



**MANAJEMEN BISNIS TELEKOMUNIKASI DAN INFORMATIKA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS TELKOM
BANDUNG
2015**

HALAMAN PENGESAHAN

**ANALISIS PERSENTASE EFEKTIVITAS IKLAN (PROMOSI) DAN
EFEKTIVITAS LINE SHOPPING MENGGUNAKAN METODE
*CUSTOMER RESPONSE INDEX (CRI)***

**(Studi Deskriptif Efektivitas LINE Shopping Dalam Menyampaikan Iklan (Promo)
Kepada Mahasiswa-Mahasiswi Telkom University 2015)**

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana
Manajemen Bisnis Program Studi Manajemen Bisnis Telekomunikasi dan
Informatika

Disusun oleh :

Arya Widya Praja

1201110236



Pembimbing

Yudi Priyadi ST., M.T

**MANAJEMEN BISNIS TELEKOMUNIKASI DAN INFORMATIKA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS TELKOM
BANDUNG
2015**