

**ANALISIS PENGARUH FREKUENSI PEMBERIAN IKLAN
SPEEDY TERHADAP *PURCHASE INTENTION*
BERDASARKAN EFEK MEDIA TELEVISI DENGAN
MENGUNAKAN *QUASI EXPERIMENTAL DESIGN* PADA
MAHASISWA KAWASAN PENDIDIKAN TELKOM
BANDUNG**

TUGAS AKHIR

Oleh:
MUHAMAD IQBAL NASUTION
112080151



**PROGRAM STUDI TEKNIK INDUSTRI
FAKULTAS REKAYASA INDUSTRI
INSTITUT TEKNOLOGI TELKOM
BANDUNG
2013**

**ANALISIS PENGARUH FREKUENSI PEMBERIAN IKLAN
SPEEDY TERHADAP *PURCHASE INTENTION*
BERDASARKAN EFEK MEDIA TELEVISI DENGAN
MENGUNAKAN *QUASI EXPERIMENTAL DESIGN* PADA
MAHASISWA KAWASAN PENDIDIKAN TELKOM
BANDUNG**

TUGAS AKHIR

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Kelulusan Program Studi Strata-1
Teknik Industri Fakultas Rekayasa Industri Teknologi Telkom

Oleh:

MUHAMAD IQBAL NASUTION

112080151



**PROGRAM STUDI TEKNIK INDUSTRI
FAKULTAS REKAYASA INDUSTRI
INSTITUT TEKNOLOGI TELKOM**

2013