MENGUKUR EFEKTIFITAS IKLAN MELALUI MEDIA TELEVISI BESERTA DAMPAKNYA TERHADAP KESADARAN MEREK KONSUMEN PADA SITUS JUAL BELI LAZADA

(Survei pada Pengguna dan Pembeli Lazada di Bandung)

"MEASURING THE EFFECTIVENESS OF ADVERTISEMENT THROUGH TELEVISION MEDIA AND THE IMPACT ON CONSUMEN BRAND AWARENESS AT MARKET SITE LAZADA"

(Survey on users and buyers Lazada in Bandung)

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Menempuh Jenjang Strata 1 (S1)
Pada Program Studi Manajemen

Disusun Oleh :

Hadi Kemal Supriadi

21212066



PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS KOMPUTER INDONESIA

BANDUNG

2016