



PENGARUH IKLAN TELEVISI TEH PUCUK HARUM VERSI BIKIN SEGER DIMANA

AJA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN

(Survey Pada Mahasiswa ilkom UMJ Angkatan 2016)

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Syarat dalam Memperoleh Gelar
Sarjana Strata Satu (S1) Program Studi Ilmu Komunikasi
Konsentrasi *Advertising***

Oleh:

**Nama : Ahmad Al Fathan
NPM : 2016140246**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JAKARTA**

2022