



**ANALISIS EFEKTIVITAS IKLAN TELEVISI LUWAK WHITE KOFFIE
VERSI “THE REAL WHITE COFFEE” MENGGUNAKAN
METODE EPIC
(Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Jember Fakultas
Ekonomi Manajemen 2013)**

SKRIPSI

Diajukan guna melengkapi tugas akhir dan memenuhi salah satu syarat
untuk menyelesaikan program studi manajemen (S1)
dan memperoleh gelar Sarjana Ekonomi

Oleh:

HAYU WIRA APSARI

NIM : 13 104 11 088

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER**

2017