

PENGARUH PROMOSI, BINTANG FILM , DAN *WORD OF MOUTH* TERHADAP KEPUTUSAN MENONTON PADA FILM NASIONAL

(Studi Kasus Dilakukan Pada Masyarakat Wilayah Jakarta Barat)

SKRIPSI



DISUSUN OLEH :

FEBBY ALDIANSYAH BURHANNUDIN

43115010350

MERCU BUANA

**UNIVERSITAS MERCUBUANA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
MANAJEMEN**

2019