

SKIRPSI

PENGARUH *INTEGRATED MARKETING COMMUNICATION* (IMC) TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM AKTIVITAS BELANJA ONLINE di *E-COMMERCE*

(Studi pada Pengguna Jasa PT.TIKI JALUR NUGRAHA EKAKURIR Cabang Utama
Kota Banjarmasin)



**Disusun sebagai salah satu syarat menyelesaikan Program Studi Strata I (SI) pada
Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**

Oleh:

NANDA RASYIDAH

DIC114088

KEMENTERIAN RISET TEKNOLOGI DAN PENDIDIKAN TINGGI

UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

BANJARMASIN

2019