

**HUBUNGAN PROMOSI MELALUI BLACKBERRY
MESSENGER GROUPS TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PRODUK *FASHION* WANITA
(Studi Pada Mahasiswi Universitas di Kota Padang)**

SKRIPSI

Oleh :

Riri Rahmaulidya

0910863066



**JURUSAN ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS ANDALAS
PADANG
2014**