

**ANALISIS PENGARUH *INNOVATION* DAN
INFORMATION VALUE TERHADAP *WATCHING*
DECISION DENGAN *ENTERTAINMENT VALUE* DAN
BRAND IMAGE SEBAGAI VARIABEL
*INTERVENNING***

(Studi pada Pemirsa TVRI Nasional di Kota Semarang)



SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat
Untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1)
Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Diponegoro

Disusun Oleh :

AULIA PRADIPTA PRABANDARU

NIM: 12010114130161

**FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG**

2020