

**ANALISIS PENGARUH KREATIVITAS DALAM
PERIKLANAN, KEMUDAHAN IKLAN
DIINGAT, DAN *PERCEIVED VALUE*
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
KONSUMEN**

(Studi pada Iklan Susu Bear Brand Edisi Kemurnian #YangDipercaya)



SKRIPSI

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

Disusun oleh :

Disa Insanul Ikhlas

NIM. 12010119140121

**DEPARTEMEN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS
UNIVERSITAS DIPONEGORO**

2023