

ANALISIS PENGARUH UNSUR IKLAN TERHADAP MINAT BELI SEBAGAI DASAR KEPUTUSAN PEMBELIAN

(Studi Kasus Pada Konsumen Kopi Nescafe di Semarang)



SKRIPSI

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

Disusun oleh:

Edison Simbolon

NIM. 12010110141083

FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS

UNIVERSITAS DIPONEGORO

SEMARANG

2017