

**ANALISIS PENGARUH IKLAN DAN KREDIBILITAS
ENDORSER TERHADAP *BRAND AWARENESS*
UNTUK MENINGKATKAN *BRAND ATTITUDE*
PRODUK MINUMAN ISOTONIK MEREK MIZONE**

(Studi Pada Mahasiswa S1 Universitas Muria Kudus)



SKRIPSI

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

Disusun oleh :

BUDIAWAN DWI PUTRANTO

NIM. 12010110141057

FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS

UNIVERSITAS DIPONEGORO

SEMARANG

2015