

**ANALISIS PENGARUH IKLAN DAN CELEBRITY
ENDORSER TERHADAP CITRA MEREK DALAM
MENINGKATKAN MINAT BELI PADA PRODUK
SEPATU OLAH RAGA ADIDAS**



SKRIPSI

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

Disusun Oleh :

BASKORO NDARU MURTI
NIM. 12010110110039

FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS

UNIVERSITAS DIPONEGORO

SEMARANG

2014