

**ANALISIS PENGARUH DAYA TARIK IKLAN,  
KUALITAS PESAN IKLAN, DAN FREKUENSI  
PENAYANGAN IKLAN TERHADAP  
EFEKTIVITAS IKLAN TELEVISI MIE SEDAP**  
(Survei Pemirsa Iklan Mie Sedap Pada Mahasiswa Kost di sekitar  
UNDIP Tembalang, Semarang)



**SKRIPSI**

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

Disusun oleh :

**FAELA SUFA**  
**NIM. C2A008058**

**FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS**  
**UNIVERSITAS DIPONEGORO**  
**SEMARANG**  
**2012**