

**ANALISIS PENGARUH DAYA TARIK IKLAN  
DAN KEKUATAN CELEBRITY ENDORSER  
TERHADAP BRAND AWARENESS DAN  
DAMPAKNYA TERHADAP BRAND ATTITUDE  
HANDPHONE NOKIA**

( Studi Kasus Pada Mahasiswa dan Mahasiswi Fakultas Ekonomika Dan Bisnis  
Universitas Diponegoro Semarang )



**SKRIPSI**

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

Disusun oleh :

**SEPTIYO AJI NUGROHO**  
**NIM. C2A606101**

**FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS  
UNIVERSITAS DIPONEGORO  
SEMARANG  
2013**