

**ANALISIS PENGARUH PEMILIHAN MEDIA, INTENSITAS PENAYANGAN  
MEDIA, DAYA TARIK PESAN PADA MEDIA TERHADAP BRAND  
AWARENESS DENGAN KUALITAS KOMUNIKASI PEMASARAN  
SEBAGAI VARIABEL INTERVENING  
(Studi pada Pikatan Waterpark Temanggung)**



**SKRIPSI**

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

Disusun oleh :

**FIEHA ALFI HANI  
NIM : 12010112130155**

**FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS  
UNIVERSITAS DIPONEGORO  
SEMARANG  
2016**