

**ANALISIS PENGARUH PERIKLANAN *ABOVE THE LINE*
DAN *BELOW THE LINE* TERHADAP *BRAND AWARENESS*
DAN *BRAND EQUITY* MINUMAN BERENERGI EXTRA JOSS
DI SEMARANG**



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

Disusun oleh:

**ASNIA MINARTI
NIM.C2A006026**

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG
2010**