

**ANALISIS PENGARUH DAYA TARIK PESAN
IKLAN, PERSEPSI KEMANFAATAN, CITRA
MEREK PADA MEDIA SOSIAL TWITTER
TERHADAP PEMBENTUKAN
BRAND AWARENESS
(Studi Kasus pada Media Sosial Twitter
@infoUNDIP atau Info Undip Media)**



SKRIPSI

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

Disusun oleh:

**AFIF RAIHAN ANDIKA PUTRA
NIM. 12010110120022**

**FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG
2014**