

**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**