ANALISIS PENGARUH PANDANGAN IKLAN, KREDIBILITAS IKLAN, DAYA TARIK IKLAN DAN KEKUATAN IKLAN TERHADAP MINAT BELI

(Studi Kasus Terhadap Pengguna Sepeda Motor Matic Merek Honda Vario Di Kota Semarang)

SKRIPSI

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

Disusun oleh :

YULIA PUTRI ARIANI
NIM : C2A 005 144

FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG
2010