

**ANALISIS PENGARUH KREATIFITAS IKLAN DAN
KREDIBILITAS *ENDORSER* TERHADAP
EFEKTIFITAS IKLAN
SERTA IMPLIKASINYA PADA SIKAP TERHADAP MEREK
(STUDI PADA IKLAN TELEVISI PT DJARUM DI KOTA SEMARANG)**



TESIS

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat
Untuk Menyelesaikan Program Pascasarjana
Pada Program Magister Manajemen Pascasarjana
Universitas Diponegoro**

DISUSUN OLEH:

**NAMA : WULANDARI
NIM : C4A006485
ANGKATAN : XXIX (EKSEKUTIF)**

**PROGRAM PASCASARJANA MAGISTER MANAJEMEN
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG
2009**