

SKRIPSI

PENGARUH KUALITAS PESAN IKLAN, DAYA TARIK IKLAN, DAN FREKUENSI PENAYANGAN IKLAN TERHADAP EFEKTIVITAS IKLAN TELEVISI PRODUK SEPEDA MOTOR YAMAHA DI KOTA BANJARMASIN

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana (S1) pada
Program Studi Ilmu Administrasi Biisnis

OLEH:

Fauzi Rakhman

D1A215009



**UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT BANJARMASIN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS**

2019