

**ANALISIS EFEKTIVITAS IKLAN PRODUK SEPATU SEPAKBOLA MEREK
NIKE MELALUI MEDIA SOSIAL *YOUTUBE* DIUKUR MENGGUNAKAN
PENDEKATAN KONSEP AIDA (*Attention, Interest, Desire, Action*)**

(Studi Pada Pengguna Lapangan Telaga Futsal 1 Yogyakarta)

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan
Guna Memperoleh Gelar Sarjana (S1) Ilmu Administrasi Bisnis



Disusun oleh :

Edo Setyo Kurniawan

NIM. 152130007

**PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" YOGYAKARTA
YOGYAKARTA**

2018

