

Analisis Efektivitas Iklan
Berdasarkan Metode *Customer Response Index (CRI)*
dengan Konsep AISAS
(Studi pada iklan produk Distrobinambon di media Instagram)

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Persyaratan
Memperoleh Gelar Sarjana (S1)



Disusun Oleh :

Aqmarina Nugraheni

152170118

JURUSAN ILMU ADMINISTRASI BISNIS
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"
YOGYAKARTA

2021