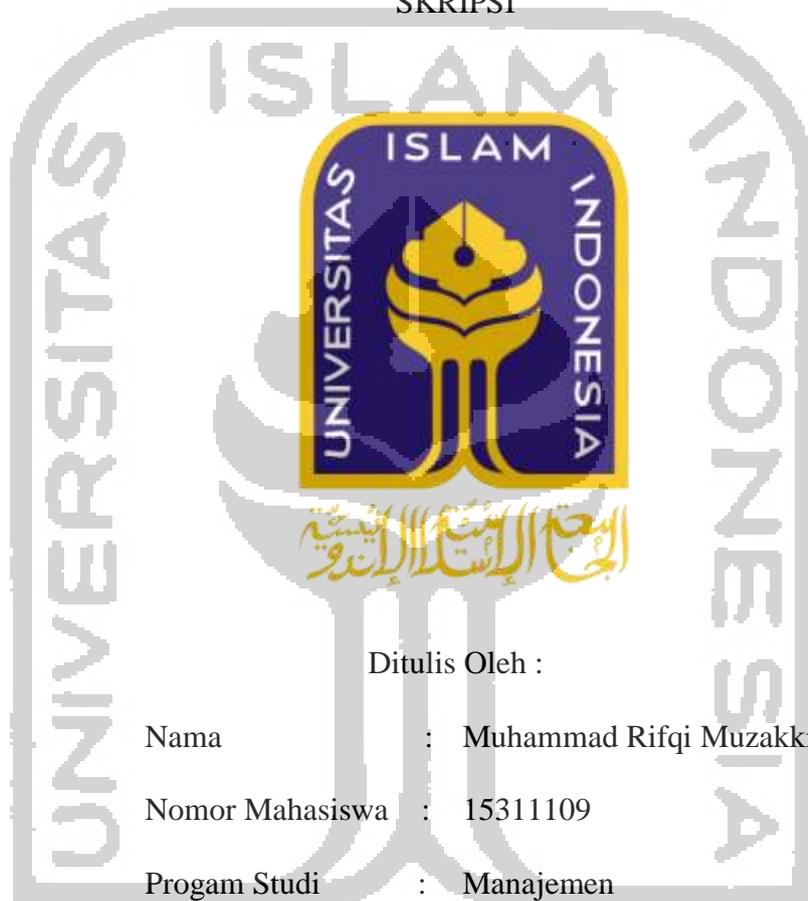


Pengaruh *Informativeness*, *Entertainment* dan *Irritation* Isi Iklan di Facebook terhadap *Attitude Toward Advertising*: dengan Mediator *Advertising Value* pada Generasi Milenial di Yogyakarta

SKRIPSI



Ditulis Oleh :

Nama : Muhammad Rifqi Muzakki

Nomor Mahasiswa : 15311109

Program Studi : Manajemen

Bidang Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

**UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA**

**FAKULTAS EKONOMI**

**YOGYAKARTA**

**2019**