

**ANALISIS PENGARUH *INNOVATION* DAN  
*INFORMATION VALUE* TERHADAP *WATCHING*  
*DECISION* DENGAN *ENTERTAINMENT VALUE* DAN  
*BRAND IMAGE* SEBAGAI VARIABEL  
*INTERVENNING***

**(Studi pada Pemirsa TVRI Nasional di Kota Semarang)**



**SKRIPSI**

Diajukan sebagai salah satu syarat  
Untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1)  
Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Diponegoro

Disusun Oleh :

**AULIA PRADIPTA PRABANDARU**

**NIM: 12010114130161**

**FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS  
UNIVERSITAS DIPONEGORO  
SEMARANG**

**2020**