

***IMPLEMENTATION THEORY OF ADVERTISING VALUE
PADA BRAND COOLNESS UNTUK MENINGKATKAN ECO-
LABELLED PRODUCT PURCHASE INTENTION***

(Studi Empiris pada Konsumen Milo di Jawa Tengah)



SKRIPSI

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

Disusun oleh:

MICHAEL DAVIN ANDHIKA PUTRA

NIM. 12010121140241

**FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS
UNIVERSITAS DIPONEGORO**

SEMARANG

2025