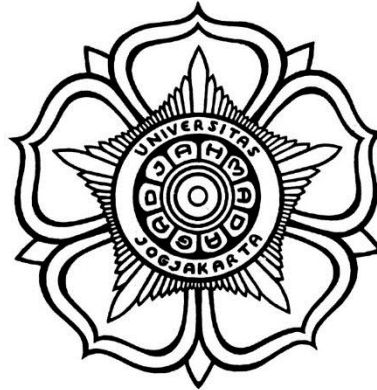


**ANALISIS PENGARUH SIKAP KONSUMEN TERHADAP IKLAN DALAM
JARINGAN, KEMAMPUAN MENGINGAT KEMBALI IKLAN DALAM JARINGAN,
DAN FREKUENSI MENGEKLIK IKLAN DALAM JARINGAN PADA KEPUTUSAN
PEMBELIAN DALAM JARINGAN**



ANANDA BAYU PRADANA PUTRA

09/280928/EK/17448

DOSEN PEMBIMBING :

PROF. DR. BASU SWASTHA DHARMMESTA, M.B.A.

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS
UNIVERSITAS GADJAH MADA
YOGYAKARTA**

2015