

PENGARUH *BRAND PLACEMENT* DAN *BRAND AWARENESS* TERHADAP NIAT
MEMBELI PRODUK SHAMPOO SUNSILK.

(Kasus dalam Acara Televisi Sunsilk Hijab Hunt 2015 dalam persepsi mahasiswa
Manajemen UIN Sunan Gunung Djati Bandung)



Oleh:

Ulfah Nurfaridah

1210802112

JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN GUNUNG DJATI BANDUNG

2016