

Judul:

Pengaeruh Pemelihan Strategi Positioning Iklan Terhadap Sikap Khalyak Akan Produk (studi kasus strategi positioning iklan rokok A Mild dan iklan Djisamsoe Filter pada mahasiswa ekonomi manajemen Triskati 1995)

Pengarang/Penulis:

Subjek:

Nomor Panggil:

S4169

Penerbitan:

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Indonesia

Link Terkait:

- [Deskripsi Bibliografi](#)
- [Dokumen Yang Mirip](#)
- [Universitas Indonesia Library](#)