

***Judul:***

Analisis hubungan respon khalayak pada iklan televisi dengan keputusan pembelian pada merek (Studi pada iklan televisi "Pasti Pas" Pertamina versi Jingle "Oh oh Siapa Dia")

***Pengarang/Penulis:***

***Subjek:***

***Nomor Panggil:***

S6113

***Penerbitan:***

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Indonesia

***Link Terkait:***

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