

Judul:

Pengaruh bauran komunikasi pemasaran terhadap citra merek dan kesadaran merek serta implikasinya terhadap keputusan konsumen memilih asuransi syariah = The effect of marketing communication mix on brand image and brand awareness and its implication to the consumer decision to choose sharia insurance

Pengarang/Penulis:

Ade Fajar, author

Subjek:

Marketing Communications Ltd.; Sharia insurance

Nomor Panggil:

T-Pdf

Penerbitan:

Sekolah Kajian Stratejik dan Global Universitas Indonesia

Link Terkait:

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