KONSEP HOMING SEBAGAI STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN GULOJOWO DALAM MENINGKATKAN MINAT KONSUMEN
(Studi kasus mengenai konsep homing sebagai strategi komunikasi pemasaran Gulojowo Tamiya dalam
meningkatkan minat konsumen untuk bermain dan membeli mobil Mini 4WD atau Tamiya)
RAKA ANINDITO D, Novi Kurnia, Dr, Msi., M.A
Universitas Gadjah Mada, 2017 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

KONSEP "*HOMING*" SEBAGAI STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN GULOJOWO DALAM MENINGKATKAN MINAT KONSUMEN

(Studi kasus *mengenai konsep"homing*" sebagai strategi komunikasi pemasaran Gulojowo Tamiya dalam meningkatkan minat konsumen untuk bermain dan membeli mobil Mini 4WD atau Tamiya)

Oleh :

Raka Anindito Darpito

11/317977/SP/24858

DEPARTEMEN ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK

UNIVERSITAS GADJAH MADA

2017