

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

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
SUNAN GUNUNG DJATI  
BANDUNG

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

**2016**