PERANAN MARKETING PUBLIC RELATIONS DALAM UPAYA PROSES PEMAKAIAN PRODUK/JASA PADA PT. BANK MANDIRI (STUDI KASUS BANK MANDIRI CAB. SOEKARNO HATTA NO. 486 BANDUNG, TAHUN 2003)

Dedy Saputra[1], Imanuddin Hasbi[2], Inne Maryani[3]

[1]Manajemen (Manajemen Bisnis Telekomunikasi & Informatika), Fakultas Ekonomi Bisnis, Universitas Telkom