

**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 Saputra¹, Imanuddin Hasbi², Inne Maryani³

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

