

PENGARUH BAURAN PROMOSI (*Periklanan, Publisitas, dan Penjualan Personal*), CITRA PERUSAHAAN TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH MEMILIH PRODUK TABUNGAN HAJI PADA BANK SYARIAH MANDIRI JOMBANG

SKRIPSI

**Untuk Memenuhi Sebagian Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Program Studi Manajemen**



Indah Dian Susanti

1361125

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI (STIE) PGRI

DEWANTARA JOMBANG

2017