

Judul Contoh Tesis Manajemen Pemasaran

- ALTERNATIF PENGEMBANGAN STRATEGI PEMASARAN OBAT GENERIK PT. INDO FARMA DI PASAR BEBAS MENGHADAPI ERA 2003
- ANALISA BAURAN PEMASARAN RUANG PERAWATAN VIP RUMAH SAKIT HONORIS – TANGERANG TAHUN 2002
- ANALISA HUBUNGAN STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN TERHADAP CITRA PRODUK TAPLUS KASUS BANK BNI UNIVERSITAS INDONESIA
- ANALISA HUBUNGAN STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN TERHADAP LOYALITAS MEREK PADA MAJALAH WANITA STUDI KASUS MAJALAH FEMINA
- ANALISA MANFAAT PENGGUNAAN SPONSORSHIP PROGRAM SEBAGAI KOMUNIKASI PEMASARAN JASA PERHOTELAN STUDI KASUS PEMBERIAN SPONSOR PADA TURNAMEN KLUB GOLF SENAYAN OLEH HOTEL SAHID JAYA TAHUN 2003
- ANALISA PENGARUH BAURAN PROMOSI DAN PELAYANAN TERHADAP BRAND AWARENESS SUATU STUDI KASUS JASA PEMASARAN APARTEMEN PLAZA SENAYAN DI FPDSAVILLA
- ANALISA PENGARUH KOMUNIKASI WORD OF MOUTH TERHADAP PEMASARAN PRODUK FURNITURE KLASIK PREMIUM STUDI KASUS PT. ARTIFAK PRATITA
- ANALISA RESIKO DALAM PENGAMBILAN KEPUTUSAN PEMASARAN STUDI KAUS PT. KNAUF GYPSUM INDONESIA
- ANALISA STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN MAJALAH WANITA KELAS ATAS
- ANALISA STRATEGI PEMASARAN KARTU SELULER FREN MOBILE-8 DI INDONESIA
- ANALISIS ASPEK BAURAN PEMASARAN YANG BERHUBUNGAN DENGAN LOYALITAS PELANGGAN RS YADIKA
- ANALISIS ASPEK-ASPEK RANTAI NILAI, PESAING, DAN PRODUK PENGGANTI TERHADAP KEUNGGULAN BERSAING PEMASARAN TIN PLATE DALAM NEGERI (ANALISIS PADA PT. LATINUSA JAKARTA-CILEGON)
- ANALISIS BAURAN PEMASARAN KAMAR UDARA BERTEKANAN TINGGI RSAL DR MINTOHARDJO JAKARTA TAHUN 2002
- ANALISIS BAURAN PEMASARAN PELAYANAN ANTAR OBAT DI BAGIAN FARMASI RUMAH SAKIT HAJI JAKARTA TAHUN 2002
- ANALISIS BAURAN PEMASARAN SOSIAL DELVITA DI LEMBAGA SWADAYA MASYARAKAT YOUTH ENDING HUNGER INDONESIA , TAHUN 2002
- ANALISIS BIAYA TRANSAKSI EKONOMI PADA SALURAN PEMASARAN PT. (PERSERO) GARUDA INDONESIA
- ANALISIS DAN PENGEMBANGAN STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN PT MXMI SEBUAH PERUSAHAAN MANAGER INVESTASI DALAM MENGHADAPI KRISIS INDUSTRI REKSA DANA 2005
- ANALISIS DAN PENGEMBANGAN STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN PT MXMI- SEBUAH PERUSAHAAN MANAJER INVESTASI DALAM MENGHADAPI KRISIS INDUSTRI REKSA DANA 2005

- ANALISIS EFEKTIVITAS STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN PADA SOSIALISASI VITAMIN A
- ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEINGINAN BERKUNJUNG KE MUSEUM DAN IMPLIKASINYA TERHADAP STRATEGI PEMASARAN MUSEUM
- ANALISIS HUBUNGAN ANTARA INSENTIF, IKLIM ORGANISASI DAN PRODUKTIVITAS TENAGA PEMASARAN PADA PT. INTERNUSA HASTA BUANA STUDI KASUS PADA PT. INTERNUSA HASTA BUANA
- ANALISIS HUBUNGAN FUNGSI PEMASARAN YANG DILAKSANAKAN OLEH TENAGA KEPERAWATAN DENGAN PERSEPSI KESADARAN PELANGGAN AKAN HAK PELAYANAN KESEHATAN DI RUMAH SAKIT ISLAM BANDUNG
- ANALISIS IMPLEMENTASI PEMASARAN BAPEL PJK SINT CAROLUS DALAM PENCAPAIAN TARGET PENAMBAHAN PESERTA GRUP LUAR PERHIMPUNAN SINT CAROLUS TAHUN 2002
- ANALISIS IMPLEMENTASI STANDING OPERATING PROCEDURE ST.O.P. PADA 5 (LIMA) SPBU DI DKI JAYA SEBAGAI SUATU SUATU “SELF ASSESSMENT PADA 5 STASIUN PENGISIAN BAHAN BAKAR UMUM (SPBU) DI UNIT PEMASARAN DAN PERBEKALAN DALAM NEGERI
- ANALISIS INPUT STRATEGI PEMASARAN DI RUANG RAWAT INAP VIP RUMAH SAKIT KARYA HUSADA CIKAMPEK KABUPATEN KARAWANG (2002)
- KAJIAN PENERAPAN OUTSORCING PADA AKTIVITAS PROMOSI PEMASARAN PT. X (INDUSTRI AMDK)
- KAJIAN PERENCANAAN STRATEGI PEMASARAN JASA TELEPON BERGERAK SELULAR GENERASI KE-3 DENGAN TEKNOLOGI AKSES CDMA 2000 1X DI INDONESIA
- KAJIAN STRATEGI PEMASARAN GLOBAL INDUSTRI TEKSTIL STUDI KASUS PENGEMBANGAN EKSPOR PADA PT. XYZ
- KAJIAN STRATEGI PEMASARAN PADA PT. TITIPAN KILAT (PT. TIKI)
- KAJIAN TERHADAP PEMBENTUKAN TIM AD HOC DI DIREKTORAT JENDERAL PENGOLAHAN DAN PEMASARAN ASIL PERIKANAN
- KARAKTERISTIK PASIEN RAWAT INAP DAN HUBUNGANNYA DENGAN PEMASARAN PRODUK JASA DI RUMAH SAKIT PT. PELNI PETAMBURAN JAKARTA
- KEBIJAKSANAAN PEMASARAN KEPARIWISATAAN NASIONAL DALAM MENJAWAB TANTANGAN GLOBALISASI
- KEMAMPUAN PEMASARAN SEBAGAI DETERMINAN KERJA ORGANISASI BISNIS DAN KONDISI UNTUK MEMBANGUNNYA SEBUAH EKPLORASI TERHADAP KINERJA KONSEP KAPABILITAS PEMASARAN (THE CAPABILITIES OF MARKET DRIVEN ORGANIZATIONS
- KEPERCAYAAN KONSUMEN TERHADAP MANAJEMEN DAN KARYAWAN DARI SEGI NILAI SERTA LOYALITAS KONSUMEN SUATU TELAHAH DARI PERSPEKTIF PEMASARAN RELASIONAL PADA HYPERMARKET CARREFOUR
- KEPUASAN DOKTER TERHADAP RUMAH SAKIT KHUSUS THT-BEDAH PROKLAMASI SEBAGAI BAGIAN DARI PEMASARAN INTERNAL TAHUN 2003

- PENGARUH ORIENTASI PEMASARAN RELASIONAL TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DENGAN DEMOGRAFI SEBAGAI VARIABEL MODERASI STUDI KASUS PELANGGAN CV. XYZ
- PENGARUH PERTIMBANGAN ETIK TERHADAP INTENSI MORAL UNTUK MENJADI NASABAH PADA BANK SYARIAH DI JAKARTA SUATU STUDI TENTANG PENERAPAN PEMASARAN SOSIAL
- PENGARUH PERUBAHAN DAN PERKEMBANGAN LINGKUNGAN TERHADAP ASPEK PEMASARAN DAN EKSISTENSI KAWASAN INDUSTRI PULO GADUNG
- PENGARUH STIMULI PEMASARAN, KELUARGA DAN PSIKOLOGI PASIEN TERHADAP KEPUTUSAN PASIEN DALAM MEMBELI PELAYANAN RAWAT INAP DI RUMAH SAKIT ANNA MEDIKA BEKASI TAHUN 2012
- PENGELOLAAN KOMUNIKASI PROMOSI PEMASARAN DALAM PEMASYARAKATAN SADAR WISATA
- PENGELOLAAN KOMUNIKASI PROMOSI PEMASARAN POTENSI DAERAH STUDI KASUS DI BADAN KOMUNIKASI PROMOSI DAN PENGEMBANGAN USAHA KABUPATEN SUKABUMI
- PENGEMBANGAN KEWIRAUSAHAAN PENGRAJIN BESEK DI RW 04 DESA CIBALUNG BOGOR MELALUI PROGRAM INTERVENSI PEMASARAN DAN PEMBENTUKAN PAGUYUBAN BAMBUI
- PENGEMBANGAN PEMASARAN MELALUI ANALISA RAWAT INAP KELAS I RSUD CIBABAT
- PENGEMBANGAN STRATEGI PEMASARAN MINYAK KELAPA SAWIT KANTOR PEMASARAN BERSAMA PERUSAHAAN TERBATAS PERKEBUNAN NEGARA DEPARTEMEN
- PENGEMBANGAN STRATEGI PEMASARAN RELASIONAL DI UNIVERSITAS LNDONESIA SUATU PENELITIAN BERDASARKAN TEORI DISCRETIONARY COLLABORATIVE BEHAVIOR
- PENINGKATAN KEMAMPUAN BERSAING MELALUI STRATEGI PEMASARAN PT. ALPA CAN LTD. DALAM INDUSTRI KEMASAN KALENG INDONESIA
- PENINGKATAN KUALITAS PELAYANAN PELANGGAN PADA PLN DISTRIBUSI JAKARTA RAYA TANGERANG, MELALUI PENDEKATAN PEMASARAN INTERNAL
- PENYUSUNAN RENCANA STRATEGIK PEMASARAN UNIT RAWAT INAP RS. TK. IV CIJANTUNG KESDAM JAYA TAHUN 2002 – 2005 POLA KEBUTUHAN INFORMASI DALAM PEMANFAATAN REKOD PEMASARAN BAGI ORGANISASI BISNIS KASUS PADA BEBERAPA PT (PERSERO) DI JAKARTA
- PROGRAM PENGEMBANGAN MANAJEMEN PEMASARAN UNTUK PERBAIKAN PEMELIHARAAN LOYALITAS KERJA MANAJER PEMASARAN DI PT XYZ
- PROGRAM PERSONAL SELLING SEBAGAI ALAT KOMUNIKASI PEMASARAN JASA BANK
- PROSES PEMBANGUNAN KEPERCAYAAN ANTARA DUA PIHAK YANG TIDAK SALING MENGENAL DAN IMPLIKASINYA PADA PEMASARAN
- PROSES PENGAMBILAN KEPUTUSAN PEMILIHAN SMA DAN PENGARUHNYA TERHADAP KOMUNIKASI PEMASARAN SEKOLAH STUDI KASUS SMA CAKRA BUANA, DEPOK

- RENCANA STRATEGI PEMASARAN LAYANAN RAWAT JALAN RUMAH SAKIT ISLAM ASSHOBIRIN TANGERANG TAHUN 2003 – 2005
- RENCANA STRATEGI PEMASARAN POLIKLINIK JAKARTA MEDICAL CENTER TAHUN 2001 – 2005
- PERAN DANA KUKESRA DALAM MENINGKATKAN PENDAPATAN USAHA ANGGOTA KELOMPOK UPPKS DI DESA TAWANGSARI KECAMATAN TERAS KABUPATEN BOYOLALI, 04
- ANALISIS TIPE STRATEGI INDUSTRI KECIL DAN MENENGAH DI KAWASAN SARBAGITA, BALI, 04
- ANALISIS PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN MAHASISWA MEMILIH STIE IBBI MEDAN, 04
- ANALISIS PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH UNTUK MEMILIKI TABUNGAN UMMAT PADA BANK MUAMALAT INDONESIA CAB MEDAN, 06
- ANALISIS PENGARUH KEBIJAKAN PRODUK DAN PROMOSI TERHADAP VOLUME PENJUALAN SEPATU PADA PENGRAJIN SEPATU DI KECAMATAN MEDAN DENAI MEDAN, 08
- ANALISIS PENGARUH KEBIJAKAN PRODUK DAN SALURAN DISTRIBUSI TERHADAP VOLUME PENJUALAN SEPATU PADA PENGRAJIN SEPATU DI KEC MEDAN DENAI, 04
- ANALISIS PENGARUH SALURAN PEMASARAN DAN HARGA TERHADAP PENDAPATAN PETANI JERUK MANIS DI DAERAH SUKANALU KEC BARUSJAHE KAB KARO, 08
- ANALISIS PENGARUH STRATEGI BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN MAHASISWA DALAM MEMILIH KULIAH PADA BUSINESS COLLEGE LP3I MEDAN, 07
- ANALISIS PENGARUH STRATEGI BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN MAHASISWA MEMILIH KULIAH DI PROGRAM D-III KEPERAWATAN FAKULTAS ILMU KEPERAWATAN UNIV DARMA AGUNG MEDAN, 08
- ANALISIS PENGARUH STRATEGI BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN TEH CELUP SARIWANGI OLEH KONSUMEN RUMAH TANGGA DI KOTA MEDAN, 08
- ANALISIS PENGARUH STRATEGI BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNA JASA LABORATORIUM BALAI RISET DAN STANDARISASI INDUSTRI MEDAN, 08
- ANALISIS PENGARUH STRATEGI PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN MAHASISWA MEMILIH FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS AL AZHAR MEDAN, 08
- ANALISIS PREFERENSI CALON INVESTOR DAN PENGARUHNYA TERHADAP STRATEGI INVESTASI UNTUK REKSA DANA DI CITIBANK MEDAN, 04
- FORMULASI STRATEGI PT INTI KHARISMA MANDIRI RIAU DALAM MENGHADAPI PERUBAHAN LINGKUNGAN, 04
- PENGARUH BAURAN PROMOSI PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN MAHASISWA MEMILIH STIE ITMI MEDAN, 07

- PENGARUH PEMASARAN RELASIONAL TERHADAP KEPUASAN NASABAH TABUNGAN BRITAMA PADA PT BANK BRI TBK CAB ISKANDAR MUDA DI MEDAN, 07
- PENGARUH PEMASARAN RELASIONAL TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA ASURANSI JIWA BERSAMA (AJB) BUMI PUTERA 1912 CABANG MEDAN, 08
- PENGARUH STRATEGI BAURAN PEMASARAN RITEL TERHADAP KEPUASAN DAN HUBUNGANNYA DENGAN LOYALITAS PELANGGAN PLAZA MEDAN FAIR DI MEDAN, 08
- ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MENINGKATKAN LOYALITAS EMPLOYER PADA SITUS ONLINE RECRUITMENT, 08
- ANALISIS RANTAI NILAI INOVASI DALAM STRATEGI INOVASI PERUSAHAAN (STUDI PADA PERUSAHAAN PT. SW), 09
- ANALISIS RANTAI PASOK DALAM RANGKA MENINGKATKAN PENCIPTAAN NILAI DI PT RAJAWALI NUSINDO, 08
- ANALISIS STRATEGIK PERALIHAN SEBUAH COST CENTER MENJADI PROFIT CENTER (STUDI KASUS SBU GARUDA SENTRA MEDIKA), 06
- ANALISA FAKTOR-FAKTOR PENENTU TINGKAT ADOPSI TEKNOLOGI BARU UNTUK MENINGKATKAN PELUANG PENERIMAAN PRODUK DI PASAR TELEKOMUNIKASI SELULER, 07
- ANALISA PENGARUH KOMUNIKASI WORD OF MOUTH TERHADAP PEMASARAN PRODUK FURNITURE KLASIK PREMIUM (STUDI KASUS : PT. ARTIFAK PRATITA), 06
- ANALISIS KUALITAS JASA TERHADAP KEPUASAN NASABAH DI PT BAK CIC, TBK SUATU TINJAUAN TENTANG PEMASARAN RELASIONAL, 04
- ANALISIS OTOKORELASI RETURN DAN PROFITABILITAS STRATEGI MOMENTUM PADA PORTOFOLIO INDUSTRI DI BURSA EFEK JAKARTA 2001-2004, 05
- ANALISIS PEMBERDAYAAN INTERAKSI MARKETING DEVELOPER DENGAN KONSUMEN PEMBELI RUMAH GUNA MENINGKATKAN PENJUALAN KPR (SUATU STUDI KASUS : BANK X DENGAN MITRA PENGEMBANG TERAFILIASI), 06
- ANALISIS PENGARUH PEMILIHAN STRATEGI BERSAING TERHADAP PROBABILITAS KEBANGKRUTAN PERBANKAN DI INDONESIA UNTUK PERIODE 1989-1998, 00
- ANALISIS PENGARUH PROGRAM PEMASARAN TERHADAP EKUITAS MEREK BERBASIS KONSUMEN DALAM INDUSTRI SELULAR, 06
- ANALISIS PENGARUH PROMOSI PENJUALAN TERHADAP EKUITAS MEREK, SIKAP DAN INTENSI MEMBELI KONSUMEN BISNIS RITEL (STUDI KASUS MATAHARI DEPARTEMENT STORE), 06
- ANALISIS PROFITABILITAS STRATEGI KONTRARIAN PADA SAHAM2 LQ45 DI BURSA EFEK JAKARTA PERIODE 2000-2003, 04
- ANALISIS STRATEGI INVESTASI LUMP-SUM DAN DOLLAR COST AVERAGING PADA SAHAM PERIODE TAHUN 2001-2005 DI BURSA EFEK JAKARTA (STUDI KASUS SAHAM PT. INDOSAT TBK. DAN PT. TELEKOMUNIKASI INDONESIA TBK.), 06

- ANALISIS STRATEGI OUTSOURCING PADA PENGADAAN KENDARAAN OPERASIONAL PT BNI, 06
- ANALISIS STRATEGI PEMASARAN EKSPOR KOPI LAMPUNG, 03
- ANALISIS STRATEGI PEMASARAN KARTUHALO DAN SIMPATI NUSANTARA TELKOMSEL, 02
- APLIKASI STRATEGI SHORT-RUN MOMENTUM DAN LONG-RUN REVERSAL DALAM KONDISI PASAR UP DAN DOWN (TELAHAH MODEL BEHAVIORAL), 03
- ANALISIS STRATEGI BERSAING FAKULTAS EKONOMI JURUSAN AKUNTANSI PTS DI JAKARTA, 98
- EFEKTIFITAS PEMILIHAN STRATEGI PROMOSI BUDGET AIRLINES DI INDONESIA (STUDI KASUS AIR ASIA DAN LION AIR), 06
- EVALUASI EFEKTIFITAS PROGRAM KOMUNIKASI PEMASARAN TERPADU DALAM BIDANG JASA LAYANAN KLINIK KECANTIKAN (STUDI KASUS : IMPRESSIONS BODY CARE CENTRE), 07
- EVALUASI PENERAPAN PEMASARAN RELASIONAL PADA PERUSAHAAN PENERBIT BUKU DI INDONESIA (STUDI KASUS : DASTAN BOOKS), 09
- FORMULASI STRATEGI PERUSAHAAN KONTRAKTOR LISTRIK DAN MEKANIKAL SKALA KECIL, 09
- ANALISA PERENCANAAN STRATEGIK PADA PERUSAHAAN BARU (STUDI KASUS : RESTORAN MINANG), 06
- ANALISA STRATEGI MANAJEMEN PEMASARAN BANK2 SWASTA NASIONAL DALAM USAHA MENARIK DANA DARI MASYARAKAT, 96
- ANALISIS ASSETS DAN LIABILITIES BANK X UNTUK MENGUKUR KESEHATAN DAN MENINGKATKAN PROFITABILITAS, 06
- ANALISIS EFEKTIVITAS STRATEGI ACC MEMPERTAHANKAN DIRI SEBAGAI MARKET LEADER DALAM MENGHADAPI ANCAMAN TA FINANCE SEBAGAI NEW ENTRANTS, 06
- ANALISIS PERENCANAAN STRATEGI INFORMASI PADA PERUSAHAAN TAMBANG BATUBARA BCOI, 06
- ANALISIS STRATEGI BERTAHAN AGEN (DISTRIBUTOR) MENGHADAPI ERA GLOBALISASI DI INDUSTRI PRASARANA PEMBANGKIT ENERGI : KASUS PT XYZ, 06
- ANALISIS STRATEGI BISNIS INDUSTRI VALVES DI KAWASAN ASIA TENGGARA (STUDI KASUS PT. TYCO VALVES & CONTROLS INDONESIA), 06
- ANALISIS STRATEGI BRAND EXTENSION MEREK ASPIRA UNTUK SUKU CADANG AKI SEPEDA MOTOR DAN MOBIL, 06
- KAJIAN PENERAPAN OUTSOURCING PADA AKTIVITAS PROMOSI PEMASARAN PT. X (INDUSTRI AMDK), 06
- KEBIJAKAN DIVIDEN PERUSAHAAN YANG LISTING DI BURSA EFEK JAKARTA : BESARAN, STRATEGI, DAN STABILISTIK DIVIDEN, 04
- KEGAGALAN LAYANAN DAN STRATEGI PEMULIHAN KEMBALI LAYANAN PERSPEKTIF : PELANGGAN BANK RITEL, 04
- KEMAMPUAN PEMASARAN SEBAGAI DETERMINAN KINERJA ORGANISASI BISNIS DAN KONDISI UNTUK MEMBANGUNNYA (SEBUAH EKSPLORASI TERHADAP POTENSI KONSEP KAPABILITAS PEMASARAN), 03

- LA STRATEGIE DE MARKETING DE PT AXA MANDIRI FINANCIAL SERVICES POUR AUGMENTER SON PART DE MARCHE, 05
- MEMBANGUN HUBUNGAN RELASIONAL DALAM PEMASARAN UNTUK JASA : SUATU PENELITIAN TENTANG INTERAKSI DARI JANJI DENGAN LOYALITAS PELANGGAN, 06
- MENYELIDIKI PROFIT DARI STRATEGI MELAWAN PASAR DAN OVERREACTION HYPOTHESIS PADA SAHAM2 LQ45 DI BURSA EFEK JAKARTA, 03
- OUTCOME EVALUATION PROGRAM PEMASARAN SOSIAL PUSAT PRIMATA SCHMUTZER, 06
- SEGMENTASI KONSUMEN BERDASARKAN ALASAN2 DALAM BERBELANJA SEBAGAI STRATEGI RITEL PASARAYA, 06
- SELEKSI PERANGKAT KOMUNIKASI ONLINE BERBIAYA RENDAH UNTUK MENINGKATKAN KUNJUNGAN SITUS (STUDI KASUS : PELUNCURAN SITUS L-ADS.COM), 07
- STRATEGI BISNIS PT BANGUN BURSA EFEK JAKARTAANA BAJA SUPAYA MENJADI MARKET LEADER, 07
- STRATEGI IMITASI KAFE BERKONSEP ETNIK INDONESIA DI KEMANG, JAKARTA, 01
- STRATEGI INVESTASI SAHAM YANG MENGGUNAKAN STRATEGI VALUE DAN STRATEGI MOMENTUM SERTA INTERAKSINYA TERHADAP PERUSAHAAN-PERUSAHAAN YANG GO PUBLIC DI BURSA EFEK JAKARTA SELAMA PERIODE 1998-2001, 03
- STRATEGI KEMAMPUAN MARKET TIMING REKSA DANA SAHAM DI INDONESIA, 06
- STRATEGI PEMASARAN JASA INTERNET BROADBAND VIA 3G HSPDA PT INDOSAT MEGA MEDIA (IM2), 07
- STRATEGI PEMASARAN UNTUK MENCIPTAKAN WILLINGNESS TO BUY KEPADA KONSUMEN (STUDI KASUS : PT. TUPPERWARE INDONESIA), 06
- STRATEGI PEMBENTUKAN PORTOFOLIO OPTIMUM DENGAN MARKOWITZ DAN DENGAN MENGGUNAKAN NILAI EVA/MVA SEBAGAI KRITERIA PEMILIHAN SAHAM, 06
- TRANSAKSI REFINANCING SEBAGAI ALTERNATIF UNTUK MENINGKATKAN UTILITASI KREDIT (KASUS PADA BANK RAKYAT INDONESIA PERSERO TBK), 06