

**PENGARUH PERSEPSI AUDIENCE PADA EVENT SPONSORSHIP TERHADAP
EKUITAS MEREK (STUDI KASUS THE S.I.G.I.T DYSLEXIA CONCERT
BANDUNG, 29 JUNI 2009)**

Fitria Diniarini¹

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

