

***Judul:***

Analisis Customer-Based Brand Equity (CBBE) sebagai hasil dari program Integrated Marketing Communication (IMC) dalam membangun Ekuitas Merek: Studi kasus Vitazone

***Pengarang/Penulis:***

Rahmatullah, author

***Subjek:***

Communication in marketing

***Nomor Panggil:***

T19760

***Penerbitan:***

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Indonesia

***Link Terkait:***

- [Deskripsi Bibliografi](#)
- [Abstrak](#)
- [Dokumen Yang Mirip](#)
- [Universitas Indonesia Library](#)