

Judul:

Efek iklan terhadap ekuitas merek: analisa struktural equation modeling mengenai efek iklan Kitkat versi Ecy terhadap ekuitas merek Kitkat = The effects of advertising for brand equity: structural equation modelling analysis the effects of Kitkat Ecy version advertising for Kitkat brand equity

Pengarang/Penulis:

Alila Pramiyanti, author

Subjek:

Brand name products -- Management -- Case studies

Nomor Panggil:

T22001

Penerbitan:

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Indonesia

Link Terkait:

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