

Judul:

Persepsi pengunjung biltz megaplex terhadap slogan iklan dalam membentuk posisi merek (studi kasus pada slogan blitz megaplex beyond movies)

Pengarang/Penulis:

Maudy Marsianty, author

Subjek:

Nomor Panggil:

S4724

Penerbitan:

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Indonesia

Link Terkait:

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