

Judul:

Pengaruh komunitas merek di media sosial terhadap penanda komunitas, penciptaan nilai, kepercayaan merek, dan loyalitas merek, studi kasus : Komunitas Merek BlackBerry Indonesia = The effects of social media based brand communities on brand community markers, value creation practices, brand trust, and brand loyalty, case study: BlackBerry Indonesia Brand Community

Pengarang/Penulis:

Adhi Kurniawan Poer Utomo, author

Subjek:

Brand Loyalty--Marketing

Nomor Panggil:

S43970

Penerbitan:

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Indonesia

Link Terkait:

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