

***Judul:***

Analisis pengaruh aktivitas social media marketing terhadap customer equity pada merek new luxury studi kasus merek zara = Analysis the effect of social media marketing on new luxury brand s customer equity case study zara

***Pengarang/Penulis:***

Hanani Faiza, author

***Subjek:***

Internet marketing ; Social media ; Online social networks.

***Nomor Panggil:***

S46306

***Penerbitan:***

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Indonesia

***Link Terkait:***

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