

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](#)