

Judul:

Pengaruh Twitter Ewom terhadap brand knowledge brand relationship dan behavioral outcomes pada majalah Nylon Indonesia = The influence of twitter ewom to brand knowledge brand relationship and behavioral outcomes on Nylon Indonesia magazine

Pengarang/Penulis:

Deasy Rizkinanti, author

Subjek:

Brand Personality

Nomor Panggil:

T-Pdf

Penerbitan:

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Indonesia

Link Terkait:

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