

Judul:

Pengaruh corporate social responsibility terhadap customer loyalty dengan customer trust, c-c identification, dan customer satisfaction sebagai faktor mediasi = The effect of corporate social responsibility towards customer loyalty with customer trust, c-c identification, and customer satisfaction as mediating factor

Pengarang/Penulis:

Ahmadan Maulana Hermawan, author

Subjek:

Nomor Panggil:

S60735

Penerbitan:

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Indonesia

Link Terkait:

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