

Judul:

Co-branding ingredient vs co-branding simbolik pengaruhnya terhadap strategi pemasaran smartphone = Ingredient co branding vs symbolic co branding their influence on the marketing strategy of smartphone

Pengarang/Penulis:

Tiara Marchelina, author

Subjek:

Branding (Marketing); Product management

Nomor Panggil:

S59049

Penerbitan:

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Indonesia

Link Terkait:

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