

Judul:

Efektivitas product placement pada video musik dari perspektif familiarity of brand dan judgment of fit = Effectiveness of product placement in music video from the perspective of familiarity of brand and judgment of fit

Pengarang/Penulis:

Kicky Rezza Gustyaningrum, auhtor

Subjek:

Brand loyalty; Consumers preferences

Nomor Panggil:

S59111

Penerbitan:

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Indonesia

Link Terkait:

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