

Judul:

Twitter sebagai aktor sosial bagaimana konsumen mengevaluasi brand secara berbeda pada media sosial twitter berdasarkan norma hubungan =
Twitter as social actor how consumer evaluate brand differently on
twitter based on relationship norm / Hendra Ngalusi

Pengarang/Penulis:

Hendra Ngalusi, author

Subjek:

social media

Nomor Panggil:

S59958

Penerbitan:

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Indonesia

Link Terkait:

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