

Judul:

Analisis pengaruh sosial media twitter sebagai electronic word of mouth terhadap repurchase intention denan brand image starbuck coffee Indonesia sebagai mediasi

Pengarang/Penulis:

Subjek:

Twitter--Social aspects ; Promotion ; Social media ; Brand image

Nomor Panggil:

TEMEN 10:1 (2015)

Penerbitan:

Link Terkait:

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