

Judul:

Analisis image dan Positioning merek Jepang dari tiga Value Jepang yang dipromosikan visit Japan Campaign sebagai salah satu faktor utama peningkatan wisatawan mancanegara Jepang tahun 2013 sampai dengan 2015 = The analysis of Japan s brand Image and Brand Positioning in the japan's three values as promoted by visit Japan campaign as one major factor of Japan's increased overseas touristd in 2013 to 2015

Pengarang/Penulis:

Muhammad Rafiki, author

Subjek:

Tourism -- Indonesia; Historic sites -- Indonesia; Branding (marketing)

Nomor Panggil:

S65237

Penerbitan:

Link Terkait:

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