

Judul:

Pengaruh aktivitas pemasaran media sosial terhadap consumer based brand equity. Studi kasus: Go-jek = Effect of social media marketing activities through consumer based brand equity. Case study: Go-jek

Pengarang/Penulis:

Rio Johan Kusuma, author

Subjek:

Social media -- Marketing; Consumer behavior; Branding (marketing)

Nomor Panggil:

S67676

Penerbitan:

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Indonesia

Link Terkait:

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