

Judul:

To what extent does social media marketing mediate the relationship between luxury brands and customer equity a comparison study on the emerging middle class in Indonesia and the Netherlands = Besar pengaruh pemasaran media sosial dalam memediasi hubungan antara merek mewah dan ekuitas pelanggan: studi perbandingan kelas menengah di Indonesia dan Belanda

Pengarang/Penulis:

Aisya Setiawati Makki, author

Subjek:

Social media -- Marketing; Luxuries

Nomor Panggil:

S70088

Penerbitan:

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Indonesia

Link Terkait:

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