

***Judul:***

Pengaruh Kesadaran Merek, Kesan Kualitas, Asosiasi Merek, dan Keunikan Merek Terhadap Loyalitas Merek User Generated Content Platform (Studi pada Kompasiana) = The Effect of Brand Awareness, Perceived Quality, Brand Association, and Brand Uniqueness Towards User Generated Content Platform (Study of Kompasiana)

***Pengarang/Penulis:***

Adinda Mutia Muwardati, author

***Subjek:***

User-generated content -- Management

***Nomor Panggil:***

T53210

***Penerbitan:***

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Indonesia

***Link Terkait:***

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