

Judul:

Sikap Masyarakat Terhadap Kampanye di Media Sosial dan Pengaruh Reputasi Perusahaan Terhadap Respon Masyarakat Studi #PajakKitaUntukKita oleh Direktorat Jenderal Pajak = The Consumer Attitude Towards Social Media and The Influence of Corporate Reputation on Consumer Response Study #PajakKitaUntukKita by Directorate General of Taxes

Pengarang/Penulis:

Tri Umami, author

Subjek:

Social media; Consumers -- Attitudes; Public Attitude Surveys Ltd

Nomor Panggil:

S-pdf

Penerbitan:

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Indonesia

Link Terkait:

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