

Judul:

Popularitas merek di sosial media: analisis pengaruh waktu, konten, dan interaksi merek

Pengarang/Penulis:

Tri Hanifawati, author

Subjek:

Branding ; Marketing Communications

Nomor Panggil:

650 ESENSI 9:1 (2019)

Penerbitan:

Fakultas Ekonomis dan Bisnis UIN Syarif Hidayatullah

Link Terkait:

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