

Judul:

Analisis Pengaruh Akun Resmi Merek pada Instagram terhadap Intensi Pembelian Secara Offline: Komparasi Produk High Involvement dan Low Involvement = The Influence of Brand Official Account on Instagram toward Offline Purchase Intention: Comparison of High Involvement & Low Involvement Product

Pengarang/Penulis:

Ratih Anjani Subagio, author

Subjek:

Brand; Content; Social media

Nomor Panggil:

S-pdf

Penerbitan:

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Indonesia

Link Terkait:

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