

Judul:

Pengaruh Brand Community Berbasis Media Sosial di Akun Instagram PT MRT Jakarta @mrtjkt Terhadap Kepercayaan dan Loyalitas Merek PT MRT Jakarta (Studi Pemodelan Persamaan Struktural) = The Effects of Social Media-Based Brand Community on @mrtjkt Instagram Account on PT MRT Jakarta's Brand Trust and Brand Loyalty (Structural Equation Models Study)

Pengarang/Penulis:

Jerica Deasy Fitriani, author

Subjek:

Transportation and state -- Developing countries -- Case studies.

Nomor Panggil:

T-Pdf

Penerbitan:

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Indonesia

Link Terkait:

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