

***Judul:***

Dampak pengaruh User Interaction pada Social Media terhadap Brand Awareness dan Purchase Intention (Studi Kasus: Akun Instagram Starbucks dan Kopi Kenangan) = The Impact of User Interaction in Social Media on Brand Awareness and Purchase Intention (Case Study: Starbucks and Kopi Kenangan's Instagram Page)

***Pengarang/Penulis:***

Bayu Iman Rachmadi, author

***Subjek:***

Social media -- Marketing

***Nomor Panggil:***

S-pdf

***Penerbitan:***

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Indonesia

***Link Terkait:***

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