

***Judul:***

Analisis Efektivitas Strategi Pemasaran Brand Placement terhadap Respon Audience dengan Identifikasi Karakter sebagai Variabel Moderator (Studi Kasus Permen Kopiko di Serial Drama "Vincenzo") = Brand Placement Effectiveness on TV Series Moderated by Identification with Character (Case Study Kopiko Candy on Korean Drama Vincenzo)

***Pengarang/Penulis:***

Haryantiningrum, author

***Subjek:***

Branding (Marketing)--Management

***Nomor Panggil:***

T-pdf

***Penerbitan:***

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Indonesia

***Link Terkait:***

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