

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](#)