

Judul:

Pengaruh Media Sosial Merek terhadap Repurchase Intention pada Oats Superfood antara Dieters dan non-Dieters = Investigating the Effect of Brands Social Media on Consumer Repurchase Intention: Dieters Vs. Non-Dieters

Pengarang/Penulis:

Yanet Kemala Putri, author

Subjek:

Branding (Marketing)--Management--Case studies

Nomor Panggil:

T-pdf

Penerbitan:

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Indonesia

Link Terkait:

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