

Judul:

Fenomena Blanding Sebagai Strategi Rebranding Brand Fashion Mewah di Era Modern (Studi Terhadap Brand Fashion Mewah: Balmain, Burberry, Balenciaga) = The Blanding Phenomenon as a Rebranding Strategy for Luxury Fashion Brands in the Modern Era (Study of Luxury Fashion Brands: Balmain, Burberry, Balenciaga)

Pengarang/Penulis:

Hasan Izzuddin, author

Subjek:

Branding (Marketing)

Nomor Panggil:

MK-pdf

Penerbitan:

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Indonesia

Link Terkait:

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