

Judul:

Analisis Pengaruh Keterlibatan Pada Akun Sosial Media Instagram Brand Uniqlo Indonesia (@UniqloIndonesia) Terhadap Intensi Pembelian Konsumen
= Analysis The Effect of Involvement on Brand's Social Media Instagram Account of Uniqlo Indonesia (@UniqloIndonesia) on Consumer Purchase Intention

Pengarang/Penulis:

Muhammad Dzaky Akbar Aryoputra, author

Subjek:

Branding (Marketing); 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](#)