

Judul:

Pengaruh iklan media sosial terhadap respon konsumen muslim: studi kasus iklan Grab edisi Ramadhan dan Idul Fitri di YouTube = Influence of social media advertising on Muslim Consumer social media ad responses: a case study of Ramadan and Eid Al-Fitr Edition social Grab Ads on YouTube

Pengarang/Penulis:

Aisyah Nabillah, author

Subjek:

Social media; Advertising

Nomor Panggil:

S-pdf

Penerbitan:

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Indonesia

Link Terkait:

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