

Judul:

Penerapan Relationship Marketing melalui Program Corporate Social Responsibility oleh Brand Kosmetik (Studi pada Akun Instagram The Body Shop Indonesia) = Relationship Marketing Implementation through Corporate Social Responsibility by Cosmetic Brand (Study on The Body Shop Indonesia Instagram Account)

Pengarang/Penulis:

Amira Qotrunnada Ardi, author

Subjek:

Branding (Marketing)--Cross-cultural studies.

Nomor Panggil:

MK-pdf

Penerbitan:

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Indonesia

Link Terkait:

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