

Judul:

Analisis Penggunaan Media Sosial oleh Merek untuk Membangun Consumer Engagement (Studi Kasus Pada Akun Media Sosial Netflix Indonesia) =
Analysis of Brand Use of Social Media to Build Consumer Engagement (Case Study of Netflix Indonesia's Social Media Accounts)

Pengarang/Penulis:

Agatha Widharini Liatna, author

Subjek:

Branding (Marketing); Social media -- 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](#)