

Judul:

Pengaruh Upaya Pemasaran Media Sosial Merek Mewah Terhadap Ekuitas Merek Berbasis Konsumen Di Kalangan Konsumen Generasi Z: Sebuah Studi Pada Louis Vuitton = The Influence of The Social Media Marketing Efforts of Luxury Brands on Consumer-Based Brand Equity Among Generation Z Consumers: A Study on Louis Vuitton

Pengarang/Penulis:

Ahmad Farhan Kusumawardhana, author

Subjek:

Branding (Marketing)--Management.

Nomor Panggil:

S-pdf

Penerbitan:

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Indonesia

Link Terkait:

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