

Universitas Indonesia Library >> UI - Tugas Akhir

Judul:

Penerapan Perspektif Holistik dalam Mempertimbangkan Asosiasi Atribut Pembentuk Citra Merek untuk Pemilihan Key Opinion Leader (KOL) pada Kampanye Pemasaran Digital Merek = Application of a Holistic Perspective in Considering Brand Image Formed through Attribute Associations for the Selection of Key Opinion Leaders (KOL) in Brand Digital Marketing Campaigns

Pengarang/Penulis:

Narinta Nur Shadrina, author

Subjek:

Brand & Company; Cooperation.

Nomor Panggil:

TA-pdf

Penerbitan:

Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Indonesia

Link Terkait:

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