

Judul:

Signifikansi Social Media Marketing Activities, Brand Equity dan Brand Loyalty Untuk Memprediksi Consumer Willingness to Pay for Premium Running Watch: Studi Pada Garmin Indonesia = Significance of Social Media Marketing Activities, Brand Equity and Brand Loyalty to Predict Consumer Willingness to Pay for Premium Running Watch

Pengarang/Penulis:

Muhammad Zhillan Ghifari, author

Subjek:

Social marketing; Social media;

Nomor Panggil:

S-pdf

Penerbitan:

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Indonesia

Link Terkait:

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