

Judul:

The Impact of Cause Related Marketing on Brand Loyalty: The Moderating Role of CSR Perception Across Different Generations = Dampak Cause Related Marketing terhadap Loyalitas Merek: Peran Moderasi Persepsi CSR di Berbagai Generasi

Pengarang/Penulis:

Jovindes Justian, author

Subjek:

Social marketing; Brand loyalty

Nomor Panggil:

S-pdf

Penerbitan:

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Indonesia

Link Terkait:

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