

Judul:

Analisis Faktor-Faktor Uses & Gratification dalam Penggunaan Media Sosial yang Memengaruhi Parasocial Relationship, Brand Engagement, dan Brand Loyalty = Analysis of Uses & Gratification Factors in the Use of Social Media that Affect Parasocial Relationship, Brand Engagement, and Brand Loyalty

Pengarang/Penulis:

Kamila Kaffah, author

Subjek:

Social marketing; Social media; Branding

Nomor Panggil:

S-pdf

Penerbitan:

Fakultas Ilmu Komputer Universitas Indonesia

Link Terkait:

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