

***Judul:***

Efek Moderasi Etika Pemasaran terhadap Hubungan CSR dan Reputasi Perusahaan : Implikasi pada Kinerja Pemasaran = The Moderation Effect of Marketing Ethics on the Relationship between CSR and Corporate Reputation: Implication on Marketing Performance

***Pengarang/Penulis:***

Miharni Tjokrosaputro, author

***Subjek:***

Marketing--Ethics; Corporate social responsibility--Indonesia; Corporate image

***Nomor Panggil:***

D-pdf

***Penerbitan:***

Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia

***Link Terkait:***

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