

Judul:

Analisis Hubungan Elemen-Elemen Komunikasi Pemasaran Terpadu (Integrated Marketing Communication) Terhadap Dimensi-Dimensi Dalam Ekuitas Merek (Brand Equity)(Studi Kasus Pada Merek FMCG: Indomie) = Relationship Analysis between Elements of Integrated Marketing Communication Towards The Dimensions of Brand Equity-(Case Study: Indomie as FMCG Brand)

Pengarang/Penulis:

Nadia Theodora, author

Subjek:

Branding (Marketing)--Evaluation

Nomor Panggil:

T-pdf

Penerbitan:

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Indonesia

Link Terkait:

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