

Judul:

Pengaruh Social Media Marketing Efforts Terhadap Brand Equity dan Consumer Response (Studi Pada Konsumen Starbucks Indonesia di Jakarta) =
The Effect of Social Media Marketing Efforts on Brand Equity and Consumer Response (Study on Starbucks Indonesia's Consumer in Jakarta)

Pengarang/Penulis:

Rayhan Rizki Dharmawan, author

Subjek:

Social media--Marketing

Nomor Panggil:

S-pdf

Penerbitan:

Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Indonesia

Link Terkait:

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