

Judul:

Analisis Sentimen Bear Brand Nestle saat Pandemi Covid-19 di Media Sosial Twitter = Analysis Sentiment of Nestle Bear Brand during the Covid-19 Pandemic on Social Media Twitter

Pengarang/Penulis:

Fauzan Kamil, author

Subjek:

Sentiment analysis; Brand & Company

Nomor Panggil:

T-pdf

Penerbitan:

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Indonesia

Link Terkait:

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