

Judul:

Pengaruh Pemasaran Media Sosial Terhadap Ekuitas Merek Berdasarkan Konsumen: Memahami Faktor-faktor Mediasi Manfaat Media Sosial dan Pengalaman Merek pada Merek Mewah Gucci di Kalangan Milenial di Jabodetabek, Indonesia = The Effect Of Social Media Marketing On Consumer-based Brand Equity: Understanding The Mediating Factors of Social Media Benefits and Brand Experience Of Luxury Brand Gucci on Millenial in Jabodetabek, Indonesia

Pengarang/Penulis:

Narendra Krishna Triwardhana, author

Subjek:

Social media -- Marketing ; Luxuries

Nomor Panggil:

S-pdf

Penerbitan:

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Indonesia

Link Terkait:

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