

Judul:

Analisis Penggunaan Metode Emotional Branding terhadap Pembentukan Customer Engagement (Studi terhadap Merek BajuBaik) = Analysis of the Use of the Emotional Branding Method on the Formation of Customer Engagement (Study of BajuBaik Brand)

Pengarang/Penulis:

Sheila Ratna Medina, author

Subjek:

Branding.

Nomor Panggil:

MK-pdf

Penerbitan:

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Indonesia

Link Terkait:

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