

***Judul:***

Peranan persepsi konsumen atas service brand dalam proses pembentukan nilai pelanggan (studi kasus: Garuda Indonesia)

***Pengarang/Penulis:***

Margaretha, author

***Subjek:***

Consumer perception; Brands

***Nomor Panggil:***

S-Pdf

***Penerbitan:***

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Indonesia

***Link Terkait:***

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