

Judul:

Analisa multidimensional scaling sebagai alat untuk menilai persepsi dan preferensi konsumen dalam upaya penentuan posisi produk (product positioning) : studi kasus pada Toyota Kijang

Pengarang/Penulis:

Retno Hastuti, author

Subjek:

Automobile industry; Multidimensional scaling; Products

Nomor Panggil:

S18782

Penerbitan:

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Indonesia

Link Terkait:

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