

Judul:

Pengaruh attachment style konsumen terhadap perilaku anti-brand reaction pasca pemutusan hubungan dengan brand: studi kasus Blackberry Smart Phone = The effect of consumer attachment style towards antibrand reaction behavior after brand relationship ends: study case Blackberry Smart Phone

Pengarang/Penulis:

Neshya Alexandra, author

Subjek:

Consumption (Economics)

Nomor Panggil:

S45820

Penerbitan:

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Indonesia

Link Terkait:

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