

Judul:

Pengaruh celebrity credibility dan brand credibility pada consumer based brand equity studi kasus konsumen L'oreal Paris = The effect of celebrity credibility and brand credibility on consumer based brand equity case study consumer of L'oreal Paris / Noviza Gealdia

Pengarang/Penulis:

Noviza Gealdia, author

Subjek:

Management ; Economics ; Consumers' preferences

Nomor Panggil:

S53622

Penerbitan:

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Indonesia

Link Terkait:

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