

Judul:

Pengaruh psychological traits terhadap brand attitude dan purchase intention pada masstige brand dengan consumer knowledge sebagai faktor moderasi: Studi kasus Nike Sportswear pada Generasi Y = The effect of psychological traits towards brand attitude and purchase intention on masstige brand with consumer knowledge as moderating factor: Case study Nike Sportswear on Generation Y / Farisa Zataliny Nasution

Pengarang/Penulis:

Nasution, Farisa Zataliny, author

Subjek:

Brand name products; Branding (Marketing)

Nomor Panggil:

S58602

Penerbitan:

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Indonesia

Link Terkait:

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