

***Judul:***

Analisis pengaruh culinary brand equity terhadap revisit intention dengan moderasi destination familiarity (Studi kasus : Kota Yogyakarta)  
= Understanding the impact of culinary brand equity on revisit intention with destination familiarity as moderating variable (Case study : Yogyakarta) / Hans Frederick

***Pengarang/Penulis:***

Frederick, Hans, author

***Subjek:***

Brand name products; Branding (Marketing)

***Nomor Panggil:***

S57866

***Penerbitan:***

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Indonesia

***Link Terkait:***

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