

Judul:

Analisis pengaruh persepsi kualitas dan persepsi harga terhadap minat beli ulang konsumen melalui variabel persepsi nilai, kepuasan dan preferensi merek : suatu studi pada konsumen merek zara jakarta

Pengarang/Penulis:

Subjek:

customer satisfaction ; Consumers--Research ; Pricing--Market research

Nomor Panggil:

TEMEN 7 (1-2) 2012

Penerbitan:

Link Terkait:

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