

Judul:

Analisis pengaruh brand placement acceptance terhadap sikap dan perilaku: persepsi pengguna smartphone Samsung dan Non-Samsung =
Analysis of effect of brand placement acceptance on attitudes and behavior: Samsung smartphone user and non-user perception

Pengarang/Penulis:

Religia Nur Aisyah, author

Subjek:

Brand choice; Consumers preferences; Consumer loyalty

Nomor Panggil:

S58581

Penerbitan:

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Indonesia

Link Terkait:

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