

Judul:

Analisis pengaruh brand awareness quality inference terhadap consumer's identification dengan store brands pada konsumen quality conscious dan non quality conscious: studi kasus pada Carrefour Indonesia = The influence of brand awareness quality inference to consumer's identification with store brands for quality conscious and non quality conscious consumers: case study at Carrefour Indonesia

Pengarang/Penulis:

Komang Yuni Astari, author

Subjek:

Branding (Marketing) -- Management

Nomor Panggil:

S61868

Penerbitan:

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Indonesia

Link Terkait:

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