

Judul:

Peran dari sponsor olahraga hubungan antara loyalitas tim kesadaran merek sikap konsumen dan niat beli: studi kasus dari suporter 10 tim yang paling didukung di dunia di Indonesia = The role of sports sponsorship the relationship between team loyalty brand awareness consumer attitude and purchase intention: case study of the top 10 most supported football clubs in the world in Indonesia

Pengarang/Penulis:

Raynaldi Kosasih, author

Subjek:

Sports sponsorship -- Technological innovations; Consumer behavior

Nomor Panggil:

S61657

Penerbitan:

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Indonesia

Link Terkait:

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