

Judul:

Analisis pengaruh brand love, brand image dan brand personality terhadap brand engagement dengan ethnocentrism sebagai faktor moderasi: studi kasus pada brand fashion lokal di Indonesia = The effects of brand love brand image and brand personality on brand engagement with ethnocentrism as moderating variable: study case local fashion brands in Indonesia

Pengarang/Penulis:

Cindy Yanci, author

Subjek:

Branding (marketing); Ethnocentrism

Nomor Panggil:

S66518

Penerbitan:

Link Terkait:

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