

Judul:

Analisis pengaruh authenticity perception dan brand equity terhadap brand choice intention: studi kasus restoran khas Sunda = The impact of authenticity perception and brand equity on brand choice intention: study case of Sundanese restaurant

Pengarang/Penulis:

Grace Oktaviana, author

Subjek:

Branding; Authenticity (philosophy); Brand choice

Nomor Panggil:

S66004

Penerbitan:

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Indonesia

Link Terkait:

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