

***Judul:***

Pengaruh familiaritas dan keselarasan, terhadap kredibilitas duta iklan dan kredibilitas merek, dalam membentuk ekuitas merek berbasis konsumen  
= Impact of endorser familiarity and endorser brand congruence toward credibility of celebrity endorser and brand credibility to build consumer based brand equity / Miranti Hikmayudi

***Pengarang/Penulis:***

Miranti Hikmayudi, author

***Subjek:***

Brand loyalty; Consumer

***Nomor Panggil:***

T-Pdf

***Penerbitan:***

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Indonesia

***Link Terkait:***

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