

Judul:

Analisis pengaruh brand love terhadap positive word of mouth melalui moderasi experience dan price: studi kasus: NIKE = Analysis of brand love effect on positive word of mouth through experience and price moderation: case study: NIKE

Pengarang/Penulis:

Cyntia Novitasari, author

Subjek:

Word-of-mouth advertising; Brand image; Branding (marketing)

Nomor Panggil:

S69093

Penerbitan:

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Indonesia

Link Terkait:

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