

***Judul:***

Respon afektif dan kognitif konsumen terhadap brand origin misclassification dengan keyakinan sebagai moderasi: studi kasus: Miniso, perusahaan asal China dengan image Jepang = Consumers affective and cognitive responses to brand origin misclassification with confidence level as moderator: case study: Miniso, Chinese company pretending as Japanese

***Pengarang/Penulis:***

Muhammad Harits Prabowo, author

***Subjek:***

Consumers -- Information services; Consumer behavior

***Nomor Panggil:***

S-Pdf

***Penerbitan:***

***Link Terkait:***

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