

Judul:

Peran Religiusitas dalam Pasar Global: Faktor Determinan Consumer-based Halal Brand Equity pada Perusahaan Multinasional = The Role of Religiosity in the Global Market: Drivers of Consumer-based Halal Brand Equity in Multinational Companies

Pengarang/Penulis:

Dimas Adi Nugroho, author

Subjek:

Brand equity; Consumer behavior; Religiosity; Consumer halal choice behavior

Nomor Panggil:

S-pdf

Penerbitan:

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Indonesia

Link Terkait:

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