

Judul:

The impact of consumer perceptions on perceived brand marketing communications towards the formation of brand authenticity for fast-moving consumer goods = Pengaruh persepsi konsumen pada brand marketing communications terhadap terbentuknya brand authenticity pada fast-moving consumer goods

Pengarang/Penulis:

Novalia Mediarki Manusiwa, author

Subjek:

Consumers preferences; Communication in marketing; Consumer goods

Nomor Panggil:

S-pdf

Penerbitan:

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Indonesia

Link Terkait:

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