

Judul:

Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Brand Trust: Aplikasi Reasoned Action Theory = Factors Affecting Brand Trust: Reasoned Action Theory Applications

Pengarang/Penulis:

Putri Eka Wulandari, author

Subjek:

Branding (Marketing)--Management; Consumers

Nomor Panggil:

T-pdf

Penerbitan:

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Indonesia

Link Terkait:

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