

Judul:

Efek dari iklan dan negara asal pada ekuitas merek untuk mendapatkan minat beli pelanggan pada pasar smartphone = Effect of advertisement and country-of-origin on brand equity to get customer purchase intention in smartphone market

Pengarang/Penulis:

Simanjuntak, Samuel Pandapotan, author

Subjek:

Branding (Marketing)--Management.

Nomor Panggil:

T-pdf

Penerbitan:

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Indonesia

Link Terkait:

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