

Judul:

Mengintegrasikan Pengaruh Faktor Persepsi Konsumen Dalam Memprediksi Pembelian Merek Pribadi (Private Brand) Pada Hypermarket Carrefour Di Indonesia = Integrating Effect of Consumer Perception Factors in Predicting Private Brand Purchase at Hypermarket Carrefour in Indonesia

Pengarang/Penulis:

Indrajid Nurmukti, author

Subjek:

Private brands

Nomor Panggil:

T-pdf

Penerbitan:

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Indonesia

Link Terkait:

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