

Judul:

Nilai Posisional dan Imajinatif Simbolik Sebagai Prestise Sosial pada Konsumsi Produk Luxury Fashion Goods: Studi Kasus Konsumen Generasi Z Kelas Atas Produk Fashion & Leather Bag Merek LVMH Grup di Kota Jakarta
= Positional Value and Symbolic Imagination as Social Prestige in the Consumption of Luxury Fashion Goods Products: Case Study of Generation Z Consumers of the Upper Class of LVMH Group Brand Fashion & Leather Bag Products in the City of Jakarta

Pengarang/Penulis:

Aurelia Rahmah Nareswari, author

Subjek:

Luxury -- Social aspects

Nomor Panggil:

S-pdf

Penerbitan:

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Indonesia

Link Terkait:

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