

Judul:

Pengaruh Pengalaman Merek Terhadap Keterikatan Merek dengan Usia dan Pendapatan Sebagai Variabel Moderasi dan Kepercayaan Merek sebagai Variabel Mediasi : Studi Pada Artotel Thamrin Jakarta. = Effect of Brand Experience on Brand Attachment with Age and Income as Moderation Variables and Brand Trust as Mediation Variables: A Study at Artotel Thamrin Jakarta.

Pengarang/Penulis:

Qidran Amali, author

Subjek:

Branding (Marketing); Brand loyalty; Consumer behavior

Nomor Panggil:

S-pdf

Penerbitan:

Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Indonesia

Link Terkait:

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