

Title	ブランド態度及び購買意図形成に対する自己概念調和の効果：ブランド・パーソナリティとユーザー・イメージの乖離に注目して
Author(s)	Assarut, Nuttapol
Citation	
Issue Date	
Type	doctoral thesis
Text Version	VoR
URL	<a href="https://hdl.handle.net/10086/15417">https://hdl.handle.net/10086/15417</a>
Right	