

**NGHIÊN CỨU SỰ TÁC ĐỘNG CỦA CÁC YẾU TỐ CẤU THÀNH GIÁ TRỊ THƯƠNG HIỆU ĐẾN YÊU THÍCH
THƯƠNG HIỆU VÀ DỰ ĐỊNH MUA: ĐIỀU TRA THỰC TẾ TẠI THỊ TRƯỜNG Ô TÔ VIỆT NAM**

*THE IMPACTS OF BRAND EQUITY COMPONENTS ON BRAND PREFERENCE AND PURCHASE INTENTION:
EMPIRICAL EVIDENCE FROM THE AUTOMOBILE MARKETS IN VIETNAM*

Tác giả: Nguyễn Trường Sơn, Trần Trung Vinh

Key words: