

Judul:

Pengaruh power distance konsumen dan kelas sosial konsumen lain terhadap evaluasi dan intensi membeli produk yang telah dicoba oleh konsumen lain
= The influence of consumers level of power distance and others social class on evaluation and purchase intention of products tried by others

Pengarang/Penulis:

Ita Paramita Said, author

Subjek:

Consumer behavior

Nomor Panggil:

658.834 2 SAI p

Penerbitan:

Fakultas Psikologi Universitas Indonesia

Link Terkait:

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