

**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](#)