

***Judul:***

Pengaruh orientasi nilai ekstrinsik dan intrinsik pada respon emosi terhadap stimulus headline iklan : penelitian afektif tentang efektivitas tema iklan pada subyek anak muda di Jakarta/Depok

***Pengarang/Penulis:***

***Subjek:***

Commercial art; Advertising

***Nomor Panggil:***

S2319

***Penerbitan:***

Fakultas Psikologi Universitas Indonesia

***Link Terkait:***

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