

Judul:

Pengaruh sikap pada iklan televisi terhadap keputusan pembelian : studi eksperimen pada iklan televisi di Indonesia yang menggunakan layanan periklanan brand power = The effect of attitude toward television advertisement on purchase decision : experimental studies of television advertisement in Indonesia that using brand power as ad service

Pengarang/Penulis:

Kartika Handayani, author

Subjek:

Consumer behavior; Purchasing

Nomor Panggil:

S-Pdf

Penerbitan:

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Indonesia

Link Terkait:

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