

Judul:

Pengaruh approach dan avoidance motivation terhadap nilai belanja hedonis = The effect of approach and avoidance motivation towards hedonic shopping value

Pengarang/Penulis:

Mahligai Mecca, author

Subjek:

Marketing -- Management.

Nomor Panggil:

S46124

Penerbitan:

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Indonesia

Link Terkait:

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