

***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](#)