

Judul:

Analisis respon konsumen melalui hierarchy of effects model : studi kasus pada tagline "Enduro Matic Sehidup Sematic" = Analysis of consumers respons through hierarchy of effects model case : study tagline "Enduro Matic Sehidup Sematic"

Pengarang/Penulis:

Sembiring, Harris Abdi, author

Subjek:

Advertising

Nomor Panggil:

T-Pdf

Penerbitan:

Link Terkait:

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