

Judul:

Pengaruh cognitive responses dalam internet advertising terhadap purchase intention : studi efektivitas banner ADS di Indonesia = Effect of cognitive responses to the internet advertising on purchase intention : study effectiveness of banner ADS in Indonesia

Pengarang/Penulis:

Fathimah Zahra R., author

Subjek:

Internet advertising--Economic aspects

Nomor Panggil:

T-pdf

Penerbitan:

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Indonesia

Link Terkait:

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