

***Judul:***

Analisis pengaruh tingkat sensualitas iklan dan model tunggal berpasangan terhadap cognitive responses attitudes dan purchase intention = Analysis of the effect of advertisement sensuality level and model utilization type toward cognitive responses attitudes and purchase intention

***Pengarang/Penulis:***

Agatha Gustin Anggarini, author

***Subjek:***

Branding (Marketing); Advertising

***Nomor Panggil:***

T-Pdf

***Penerbitan:***

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Indonesia

***Link Terkait:***

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