

Judul:

Pengaruh motivasi belanja utilitarian dan motivasi belanja hedonic terhadap purchase intention pada konsumen belanja online = The influence of utilitarian and hedonic shopping motivations on purchase intention among online shopping consumer

Pengarang/Penulis:

Kania Oktarianti, author

Subjek:

Psychology; Teleshopping

Nomor Panggil:

S53700

Penerbitan:

Fakultas Psikologi Universitas Indonesia

Link Terkait:

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