

Judul:

Perbedaan pengaruh daya tarik iklan dengan pendekatan emosional & informasional (rasional) terhadap sikap pada merek serta minat beli (studi kasus: pertamax pertamina) = Differences influence of the advertising appeals with emotional and informational (rational) approach against attitude toward brand and purchase intention (case study: pertamax pertamina) / Rifa Atuz Zulfa Widayati

Pengarang/Penulis:

Rifa Atuz Zulfa Widayati, author

Subjek:

Advertising ; Advertising--Brand name products

Nomor Panggil:

S53492

Penerbitan:

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Indonesia

Link Terkait:

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