

Judul:

Pengaruh Animosity dan Allocentrism terhadap Consumer Ethnocentrism dalam Membentuk Minat Beli Konsumen: Studi Kasus pada Konsumen Jabodetabek dalam Membeli Produk asal Malaysia = The Effects of Animosity and Allocentrism on Consumer Ethnocentrism in Forming Consumer Willingness to Purchase: Case Study on Jabodetaek Consumer in Purchasing Malaysian Product

Pengarang/Penulis:

Eri Kurniawan, author

Subjek:

Manajemen

Nomor Panggil:

S54112

Penerbitan:

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Indonesia

Link Terkait:

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