

Judul:

Pengaruh persepsi sosial produk , realitas sumbangan, pemingkiaan pesan dan minat berpikir terhadap respon konsumen dalam penawaran cause-related marketing

Pengarang/Penulis:

M. Gunawan Alif, author

Subjek:

Social marketing

Nomor Panggil:

D1538

Penerbitan:

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Indonesia

Link Terkait:

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