

***Judul:***

Pengaruh persepsi sosial produk , realitas sumbangan, pemingkaian 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:***

***Link Terkait:***

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