

Judul:

Analisa pengaruh penambahan headline pada iklan metafora gambar terhadap elaborasi kognitif, elaborasi afektif, sikap terhadap iklan, dan sikap terhadap merek = Analysis of the effect of adding headline on pictorial metaphor advertising toward cognitive elaboration affective elaboration attitude toward advertising and attitude toward the brand

Pengarang/Penulis:

Hablina Arifianti, author

Subjek:

Advertising

Nomor Panggil:

T42261

Penerbitan:

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Indonesia

Link Terkait:

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