

***Judul:***

Pengaruh hedonistik value terhadap kecendrungan online impulse buying tendency pada kasus konsumen e-commerce di Indonesia = The influence of hedonistic value towards online impulse buying tendency in Indonesia e commerce consumer

***Pengarang/Penulis:***

Aditya Wibisono, author

***Subjek:***

Ethics -- Aesthetics of everyday life -- Hedonism; Interactive marketing; Consumer behavior; Electronic commerce

***Nomor Panggil:***

S63905

***Penerbitan:***

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Indonesia

***Link Terkait:***

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