

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](#)