

Judul:

Analisis pengaruh self-image, norma subjektif, dan perceived value terhadap intensi penggunaan electronic booking e-booking pada pengguna muda di Indonesia dengan technology acceptance model sebagai mediasi.
studi kasus: booking.com = Analysis the effect of self image subjective norm perceived value toward youth s intention to use electronic booking e booking in Indonesia with technology acceptance model as mediation study case booking.com

Pengarang/Penulis:

Lia Rahmenisa, author

Subjek:

Consumer behavior; Electronic commerce -- Marketing

Nomor Panggil:

S62925

Penerbitan:

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unversitas Indonesia

Link Terkait:

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