

Judul:

Analisa pengaruh simbol religi Islam dalam komunikasi pemasaran terhadap sikap dan keinginan membeli konsumen muslimah = Analysis of impact of Islamic religious symbol in marketing communication to attitude and purchase intention of female moslem

Pengarang/Penulis:

Amalia Novianti, author

Subjek:

Marketing -- Islamic countries ; Consumers

Nomor Panggil:

T-Pdf

Penerbitan:

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Indonesia

Link Terkait:

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