

Judul:

Analisa pengaruh humor dalam iklan terhadap attitude
Toward the brand- sebuah studi eksperimen terhadap
Perbedaan kategori produk

Pengarang/Penulis:

Muhammad Imaduddin, author

Subjek:

Marketing -- Indonesia

Nomor Panggil:

T-Pdf

Penerbitan:

Link Terkait:

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