

Judul:

Peran aktivitas ko-kreasi, nilai dan kepercayaan dalam meningkatkan kinerja pemasaran dengan moderasi sifat kepribadian = The Role of co-creation activities, value and trust on marketing performance with moderation effects of personality traits

Pengarang/Penulis:

Yudi Sutarso, author

Subjek:

Creation -- Study and teaching.; Marketing -- Performance

Nomor Panggil:

D2339

Penerbitan:

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Indonesia

Link Terkait:

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