

***Judul:***

Analisis pengaruh creativity, clarity, humour dan surprise dalam guerrilla marketing terhadap intensi word of mouth dengan credibility sebagai mediasi: studi kasus pada PT Grab Taxi Indonesia = The role of creativity clarity humour and credibility in guerilla marketing towards word of mouth intention with credibility as mediating variable: study case on PT Grab Taxi Indonesia

***Pengarang/Penulis:***

Anggara Pranaspati, author

***Subjek:***

Marketing; Advertising; Word-of-mouth advertising

***Nomor Panggil:***

S67672

***Penerbitan:***

***Link Terkait:***

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