

Judul:

Faktor-faktor yang membentuk attitude toward SMS location-based advertising dan dampaknya terhadap purchase intention: studi kasus: Krispy Kreme = Antecedents of attitude toward SMS location-based advertising and their impacts on purchase intention: case study: Krispy Kreme

Pengarang/Penulis:

Avitasya Febryani Syahrial, author

Subjek:

Internet marketing; E-commerce; Online advertising; Web marketing; Consumer behavior

Nomor Panggil:

S70002

Penerbitan:

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Indonesia

Link Terkait:

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