

Judul:

Hubungan terpaan iklan dengan afeksi terhadap sikap pada merek: studi kasus iklan transformasional di televisi = The relationship of advertising exposure with affection on brand attitude: case study of transformational advertising in television

Pengarang/Penulis:

Prita Paramitha Rahmayani, author

Subjek:

Advertising; Advertising -- Psychological aspects; Brand choice

Nomor Panggil:

S-Pdf

Penerbitan:

Link Terkait:

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