

***Judul:***

Peran religiusitas, animosity dan etnosentrisme terhadap pembelian produk Amerika Serikat di kalangan konsumen muslim Indonesia = The role of religiosity, animosity and ethnocentrism towards purchasing of US products among Indonesian muslim consumers

***Pengarang/Penulis:***

Annisa Erviena Haniev, author

***Subjek:***

Purchasing; Religiousness; Ethnocentrism

***Nomor Panggil:***

S-Pdf

***Penerbitan:***

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Indonesia

***Link Terkait:***

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