

Judul:

Analisis pengaruh impulse buying intention pada konsumen muda Indonesia dari perspektif hedonik shopping motivation: studi kasus brand Miniso = Analysis influence of impulsive buying intention on Indonesian young consumers from hedonic motivation perspective: case study brand Miniso

Pengarang/Penulis:

Shannice Ayangketi, author

Subjek:

Impulsive personality; Young consumers; Hedonism

Nomor Panggil:

S-Pdf

Penerbitan:

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Indonesia

Link Terkait:

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