

Judul:

Pengaruh cryptic marketing terhadap brand attitude = The impact of cryptic marketing on brand attitude

Pengarang/Penulis:

Haryani Primanti, author

Subjek:

Marketing; Advertising -- Psychological aspects

Nomor Panggil:

T50230

Penerbitan:

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Indonesia

Link Terkait:

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