

***Judul:***

Penggunaan Emoji Sebagai Variabel Mediasi Antara Consumer Engagement pada SNS Terhadap Positive Affect, Brand Attachment, dan Purchase Intention (Studi pada Grup Facebook FJB Kamera Analog dan Roll Film) = Use of Emoji as a Mediating Variable Between Consumer Engagement on SNS Toward Positive Affect, Brand Attachment, and Purchase Intention (Study on Facebook Group FJB Kamera Analog dan Roll Film)

***Pengarang/Penulis:***

Mahatma Putri, author

***Subjek:***

Structural equation modeling -- Data processing

***Nomor Panggil:***

T53102

***Penerbitan:***

***Link Terkait:***

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