

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](#)