

Judul:

The impact of utilitarian and hedonistic shopping value on sustainable fashion consumption with a moderating role of religiosity: the subject on the brand H&M= Dampak nilai belanja utilitarian dan hedonistik pada konsumsi mode berkelanjutan dengan peran religiositas yang memoderasi: subjek pada merek H&M

Pengarang/Penulis:

Anggoro Muhammad Abiyyu, author

Subjek:

Consumer behavior; Consumers -- Religious aspects

Nomor Panggil:

S-pdf

Penerbitan:

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Indonesia

Link Terkait:

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