

Judul:

Pengaruh Nilai Altruistik dan Egoistik Terhadap Attitudes dan Purchase Intentions Konsumen Pada Produk Dengan Kemasan Eco-friendly = The Effect of Altruistic Value and Egoistic Value on the Attitudes and Intention of Consumer Purchases on Products with Environmentally Friendly Packaging

Pengarang/Penulis:

Dhenita sary RM, author

Subjek:

Environmental Concern, inc.; Consumer satisfaction; EcoHealth Network

Nomor Panggil:

S-pdf

Penerbitan:

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Indonesia

Link Terkait:

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