

Judul:

Perspektif Konsumen terhadap Online Behavioral Advertising (OBA): Integrasi Persuasion Knowledge Model (PKM) dan Protection Motivation Theory (PMT) = Consumer Perspective on Online Behavioral Advertising (OBA): Integration of Persuasion Knowledge Model (PKM) and Protection Motivation Theory (PMT)

Pengarang/Penulis:

Ahmad Zulfahmi, author

Subjek:

Consumer attitudes; Internet advertising

Nomor Panggil:

T-pdf

Penerbitan:

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Indonesia

Link Terkait:

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