

***Judul:***

Pada konsumen wahha dress, dengan motivasi utilitarian dan motivasi hedonis sebagai variabel mediasi = Impact of personalized ads towards impulsive buying on wahha dress consumers, with utilitarian motivation and hedonic motivation as mediation variables.

***Pengarang/Penulis:***

Naziha Adzkiya, author

***Subjek:***

Impulsive Behavior; Buying

***Nomor Panggil:***

S-pdf

***Penerbitan:***

Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Indonesia

***Link Terkait:***

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