

***Judul:***

Kekuatan Fandom pada Customer Engagement dalam Mempengaruhi Purchase Intention Merchandise K-POP = The Power of Fandom on Customer Engagement in Influencing K-POP Merchandise Purchase Intention

***Pengarang/Penulis:***

Raffi Fairuza Tertiano, author

***Subjek:***

K-pop (Subculture); Social identities

***Nomor Panggil:***

S-pdf

***Penerbitan:***

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Indonesia

***Link Terkait:***

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