

Judul:

Analisis Pengaruh Atribut Religius dalam Konten Promosi di Media Sosial Terhadap Behavioural Intention Konsumen Muslim = Analyzing the effects of religious attributes in social media promotion materials towards Muslim consumers' behavioural intention

Pengarang/Penulis:

Rizkia Amalia Primaputri, author

Subjek:

Social media--Marketing

Nomor Panggil:

S-pdf

Penerbitan:

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Indonesia

Link Terkait:

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