

Judul:

Pengaruh kesadaran produk makanan halal terhadap keputusan pembelian dengan moderasi religiusitas terhadap konsumen muslim Gen Y dan Gen Z di Indonesia = The influence of "Halal Product" awareness toward buying decision Among Muslim From Y Dan Z Generation in Indonesia with "Religiosity" as moderating variables

Pengarang/Penulis:

Muhammad Yazid Alfajri, author

Subjek:

Halal Product; Religiosity

Nomor Panggil:

S-pdf

Penerbitan:

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Indonesia

Link Terkait:

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