

Judul:

Perilaku Pembelian Impulsif M-Commerce di Indonesia dengan Nilai Persepsi Konsumen dan Efek Moderasi pengaruh Sosial: Pendekatan Stimulus-Organisme-Respon = M-Commerce Impulse Buying Behavior in Indonesian with Consumer Perceived Value and Moderating Effect of Social Influence: The Stimulus-Organism-Response Approach

Pengarang/Penulis:

Adinda Irawan, author

Subjek:

Mobile commerce; Impulse buying

Nomor Panggil:

S-pdf

Penerbitan:

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Indonesia

Link Terkait:

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