

Judul:

Pengaruh Self-Construal Terhadap Intensi Pembelian dan Brand Attitude Terhadap Cause-Related Marketing: Peran Mediasi dari Empati = The Effect of Self-Construal on Consumer's Purchase Intention and Brand Attitude Towards Cause-Related Marketing: The Mediating Role of Empathy

Pengarang/Penulis:

Nadira Salsabila Zulhambri, author

Subjek:

Branding (Marketing); Consumer behavior

Nomor Panggil:

MK-pdf

Penerbitan:

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Indonesia

Link Terkait:

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