

***Judul:***

Pengaruh strategi message framing dan message personalization pada konten promosi Bukalapak di mobile application push-notification terhadap customer purchase intention melalui mediasi perceived value of product: studi pada konsumen aplikasi Bukalapak = The effect of message framing and message personalization strategy on Bukalapak promotional content on the mobile application push-notification on customer purchase intentions through mediation of perceived value of product: study on Bukalapak application

***Pengarang/Penulis:***

Falia Fajrinadien, author

***Subjek:***

Consumer behavior; Mobile apps

***Nomor Panggil:***

S-pdf

***Penerbitan:***

Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Indonesia

***Link Terkait:***

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