

***Judul:***

Pengaruh Consumer Perceived Value Terhadap Online Impulse Buying Behavior Melalui Interpersonal Influence (Studi Pada Pengguna Aplikasi Raena) = The Impact of Consumer Perceived Value on Online Impulse Buying Behavior through Interpersonal Influence (Study on Raena Application Users)

***Pengarang/Penulis:***

Septi Hardiyanti Riana, author

***Subjek:***

Consumer behavior

***Nomor Panggil:***

S-pdf

***Penerbitan:***

Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Indonesia

***Link Terkait:***

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