

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](#)