

***Judul:***

Privacy boundaries in personalized advertisement and its effects on attitude towards the advertisement and purchase intention on social media = Pengaruh dari batasan privasi di iklan yang dipersonalisasi kepada sikap terhadap iklan dan niat untuk membeli dalam sosial media.

***Pengarang/Penulis:***

Alvin Ramzy, author

***Subjek:***

Advertisements; Social media

***Nomor Panggil:***

S-pdf

***Penerbitan:***

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Indonesia

***Link Terkait:***

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