

***Judul:***

Faktor-faktor pembeda antara kelompok pembeli dan bukan pembeli: studi kasus strategi promosi IM3 untuk produk IM3 Smart di Jakarta

***Pengarang/Penulis:***

Alma Fanniya Idral, author

***Subjek:***

Market surveys

***Nomor Panggil:***

T12138

***Penerbitan:***

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Indonesia

***Link Terkait:***

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