

Judul:

Efek Pesan Persuasif terhadap Persepsi akan Kualitas dan Keinginan untuk Membeli (Studi Eksperimental pada Label Produk Kosmetik) = Effects of Persuasive Messages on Perceived Quality and Intention to Purchase (Experimental Study on Cosmetic Product Labels)

Pengarang/Penulis:

Ketut Ajeng Sespiani, author

Subjek:

Purchasing--Management

Nomor Panggil:

T-pdf

Penerbitan:

Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Indonesia

Link Terkait:

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