

Judul:

Analisis Pengaruh Komitmen Afektif (Tinggi vs Rendah) Dalam Situasi Pembelian Produk Fashion Terhadap Pilihan Saluran Konsumen (Online vs Offline) Yang Dimediasi Oleh Perceived Hedonic Benefit Dari Pembelian Pada Pekerja Produktif Di Jabodetabek = The Impact's Analysis of Affective Commitment (High vs Low) in Fashion Product Purchase Situation to Consumer's Channel Choice (Online vs Offline) That Mediated By Perceived Hedonic Benefit from the Purchase on Productive Workers in Jabodetabek

Pengarang/Penulis:

Ahmad Ali Zaenal Abidien, author

Subjek:

Consumer behavior

Nomor Panggil:

S-pdf

Penerbitan:

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Indonesia

Link Terkait:

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