

Judul:

Peran Involvement Terhadap Pembentukan Attitude dan Purchase Intention di dalam Media Sosial Brand (Studi Kasus: TikTok) = The Role of Involvement in the formation of Attitude and Purchase Intention on Brand's Social Media (Case Study: TikTok)

Pengarang/Penulis:

Shahril Shahputra Azis, author

Subjek:

Branding (Marketing)--Environmental aspects

Nomor Panggil:

T-pdf

Penerbitan:

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Indonesia

Link Terkait:

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