

Judul:

Pengaruh Faktor Viral Marketing Terhadap Impulse Purchasing Behavior Dalam Lingkup E-Commerce: Studi Pada Kinerja Promo Tanggal Kembar Shopee Di Jabodetabek = The Impact of Viral Marketing Factors on Impulse Purchasing Behavior in the Scope of E-Commerce: Study on the Performance of Shopee Twin Date Campaign in Jabodetabek

Pengarang/Penulis:

Natanael Elang Yudha Mahendra, author

Subjek:

Viral marketing; E-commerce

Nomor Panggil:

S-pdf

Penerbitan:

Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Indonesia

Link Terkait:

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