

Judul:

Pengaruh Iklan Islami dan E-Wom terhadap Intensi Pembelian Daring Produk Kosmetik Halal pada Konsumen Perempuan Dewasa Muda Muslim = Effects of Islamic Advertising and E-Wom (Electronic Word of Mouth) on Consumer Intentions in Buying Halal Cosmetics online

Pengarang/Penulis:

Priscilla El Pentanina, author

Subjek:

Muslims ; Branding (Marketing) ; Religious aspects -- Islam

Nomor Panggil:

S-pdf

Penerbitan:

Fakultas Psikologi Universitas Indonesia

Link Terkait:

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