

Judul:

Pengaruh Consumer-consumer dan Consumer-brand Interaction terhadap Brand Engagement dan Behavioral Intention = The Impact of Consumer-consumer and Consumer-brand Interaction Towards Brand Engagement and Behavioral Intention

Pengarang/Penulis:

Hanif Muhammad Raihan, 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](#)