

***Judul:***

Analisis Pengaruh Strategi Marketing 4.0 Pada Intensi Pembelian dan Peran Moderasi Kategori Produk = Analysis of Marketing 4.0 Strategy Effect on Purchase Intention and Product Category's Moderating Effect

***Pengarang/Penulis:***

Mario Yehuda, author

***Subjek:***

Marketing strategies

***Nomor Panggil:***

T-pdf

***Penerbitan:***

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Indonesia

***Link Terkait:***

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