

Judul:

Pengaruh Kongruensi dan Asosiasi Gender Spesifik pada Iklan atas Sikap Terhadap Iklan, Sikap Terhadap Merek, dan Minat Membeli = Influence of Congruence and Specific Gender Association in Advertisements over Attitude toward Advertising, Attitude toward Brand, and Purchase Intention

Pengarang/Penulis:

Ageng Tantular, author

Subjek:

Endorsements in advertising--Political aspects

Nomor Panggil:

T-pdf

Penerbitan:

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Indonesia

Link Terkait:

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