

Judul:

Peran Hedonic Motivation sebagai Mediator dalam Pengaruh Video Pendek Endorsement di Media Sosial terhadap Impulsive Repurchase Intention pada Generasi Z = The Role of Hedonic Motivation as the Mediator in the Effect of Social Media Endorsement Short Video Toward Impulsive Repurchase Intention on Generation Z

Pengarang/Penulis:

Anandita Nurasti, author

Subjek:

Social media--Psychological aspects.

Nomor Panggil:

T-pdf

Penerbitan:

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Indonesia

Link Terkait:

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