

Judul:

The Role of Emotional Connection and K-Pop idol as Brand Ambassador in Driving Product/Services Purchase in Southeast Asia = Peran Koneksi Emosional dan Idola K-Pop sebagai Brand Ambassador dalam Mendorong Pembelian Produk/Jasa di Asia Tenggara

Pengarang/Penulis:

Evania Maharani Setiowati, author

Subjek:

Emotional conditioning; K-pop (Music)

Nomor Panggil:

MK-pdf

Penerbitan:

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Indonesia

Link Terkait:

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