

Judul:

Pengaruh Persepsi Nilai dan Kualitas Integrasi Omnichannel terhadap WOM: Kesiapan Teknologi sebagai Variabel Moderasi = The Effect of Omnichannel Perceived Value and Integration Quality on WOM: Technology Readiness as Mediator

Pengarang/Penulis:

Daniel Clarence Marthin, author

Subjek:

Consumer satisfaction; Customer loyalty; Word-of-mouth advertising

Nomor Panggil:

T-pdf

Penerbitan:

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Indonesia

Link Terkait:

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