

Judul:

The Effect of Cause-Related Marketing on Beer Type (Alcohol Vs Alcohol-Free) Toward Consumers Attitude Toward Alcohol with the Moderating Effect of Religious Belief = Pengaruh Cause-Related Marketing kepada Jenis Bir (Alkohol Vs Bebas Alkohol) Terhadap Sikap Konsumen Kepada Alkohol dengan Efek Moderasi Keyakinan Agama

Pengarang/Penulis:

Achmad Abdillah Ghifari, author

Subjek:

Cause related marketing; Religious belief

Nomor Panggil:

MK-pdf

Penerbitan:

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Indonesia

Link Terkait:

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