

Judul:

Pengaruh Bentuk Promosi dan Harga terhadap Intensi Membeli di E-Commerce
= The Effect of Promotion Type and Price Toward Purchase Intention in E-Commerce

Pengarang/Penulis:

Salsabila Ghazani, author

Subjek:

Promotion (Advertising); Pricing; Consumer behavior; E-commerce;
Purchase intention

Nomor Panggil:

S-pdf

Penerbitan:

Fakultas Psikologi Universitas Indonesia

Link Terkait:

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