

Judul:

Pengaruh Valensi dan Volume Ulasan Online terhadap Intensi Membeli Konsumen = The Influence of Online Reviews Valence and Volume on Consumer Buying Intention

Pengarang/Penulis:

Febrya Sintha Naomi, author

Subjek:

Electronic commerce ; Consumer behavior ; Consumption (Economics)

Nomor Panggil:

S-pdf

Penerbitan:

Fakultas Psikologi Universitas Indonesia

Link Terkait:

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