

Judul:

Pengaruh Ad-Context Congruence terhadap Intention To Engage pada Konten Native Advertising di Media Sosial: Studi Eksperimen Iklan Produk Non-Olahraga di Akun Instagram Klub Sepakbola = The Influence of Ad-Context Congruence on Intention To Engage with Native Advertising Content on Social Media: An Experimental Study of Non-Sports Product Advertising on Football Club's Instagram Account

Pengarang/Penulis:

Gentur Adiprabawa, author

Subjek:

Social media--Marketing.

Nomor Panggil:

T-pdf

Penerbitan:

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Indonesia

Link Terkait:

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