

Judul:

Pengaruh Scarcity Marketing terhadap Pembelian Impulsif Merchandise Photocard K-Pop = The Influence of Scarcity Marketing Towards Impulsive Buying of K-Pop Photocard

Pengarang/Penulis:

Rineta Mahacitra, author

Subjek:

Scarcity -- Case studies; Impulse buying; Impulsive behavior -- Psychology

Nomor Panggil:

S-pdf

Penerbitan:

Fakultas Psikologi Universitas Indonesia

Link Terkait:

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