

Judul:

Pengaruh Perceived Value terhadap Impulse Buying pada Ritel Omnichannel Kecantikan di Indonesia = The Influence of Perceived Value on Impulse Buying in Omnichannel Beauty Retail in Indonesia

Pengarang/Penulis:

Bella Amanda Jati, author

Subjek:

Impulse buying

Nomor Panggil:

T-pdf

Penerbitan:

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Indonesia

Link Terkait:

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