

Judul:

Analisis Peran Social Media Marketing dalam Mempengaruhi Motivasi Altruistic dan Egoistic Konsumen Indonesia dalam Membangun Purchase Intention untuk Green Products = Analyzing the Role of Social Media in Influencing Altruistic and Egoistic Motivation of Indonesian Consumers in Shaping their Purchase Intention for Green Products

Pengarang/Penulis:

Tatyana Putri Hadi, author

Subjek:

purchase intentions

Nomor Panggil:

S-pdf

Penerbitan:

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Indonesia

Link Terkait:

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