

Judul:

Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Komunikasi Dari Mulut ke Mulut Secara Elektronik terhadap Keputusan Pembelian dengan Citra Merek sebagai Variabel Mediasi (Studi pada Pengguna TikTok Shop di Daerah Jabodetabek) = The Influence of Perceived Ease of Use and Electronic Word of Mouth on Purchase Decision with Brand Image as a Mediating Variable (Study on TikTok Shop Users in the Jabodetabek Area)

Pengarang/Penulis:

Yosafat Narotama, author

Subjek:

Internet marketing ; Electronic commerce ; Word-of-mouth advertising

Nomor Panggil:

S-pdf

Penerbitan:

Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Indonesia

Link Terkait:

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