

Universitas Indonesia Library >> UI - Tesis Membership

Judul:

Pengaruh Religiusitas, Consumer Animosity, dan Consumer Ethnocentrism terhadap Perilaku Pembelian Produk Starbucks Indonesia sebagai Dampak dari Konflik Israel-Palestina = The Influence of Religiosity, Consumer Animosity, and Consumer Ethnocentrism on the Purchasing Behavior of Starbucks Indonesia Products as a Result of the Israeli-Palestinian Conflict

Pengarang/Penulis:

Rosi Aprianti Gasong, author

Subjek:

Consumer behavior; Religion and business ethics; Starbucks Coffee Company

Nomor Panggil:

T-pdf

Penerbitan:

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Indonesia

Link Terkait:

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