

Judul:

Analisis Faktor-Faktor yang Memengaruhi Persepsi Nilai dan Niat Pembelian Produk Tambahan (Cross-Selling) pada Online Travel Agent: Studi Kasus tiket.com dan Traveloka berdasarkan Teori Elaboration Likelihood Model (ELM) = Analysis of Factors that Influence Perceived Value and Purchase Intention Additional Products (Cross-Selling) at Online Travel Agents: Case Study of Tiket.com and Traveloka based on the Elaboration Likelihood Model (ELM) Theory

Pengarang/Penulis:

Alviona Retno Amalia, author

Subjek:

Cross-selling financial services

Nomor Panggil:

S-pdf

Penerbitan:

Fakultas Ilmu Komputer Universitas Indonesia

Link Terkait:

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