

Judul:

Analisis Strategi Penggunaan K-Pop Brand Ambassador dalam Menciptakan Perasaan Fear of Missing Out (FoMO) yang Mendorong Perilaku Pembelian Produk Nu Green Tea X NCT 127 Secara Impulsif = Analysis of K-Pop Brand Ambassadors Strategy Usage in Creating the Feeling of Fear of Missing Out (FoMO) that Encourages Impulsive Buying Behavior of Nu Green Tea X NCT 127 Products

Pengarang/Penulis:

Ruth Gabriella Emmas, author

Subjek:

Fear of missing out.

Nomor Panggil:

MK-pdf

Penerbitan:

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Indonesia

Link Terkait:

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