

Universitas Indonesia Library >> UI - Tugas Akhir

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:

Marketing Strategy & Planning, Inc.; Social media.; Impulse buying; K-pop (Music); Fear of missing out.

Nomor Panggil:

TA-pdf

Penerbitan:

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Link Terkait:

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