

Judul:

The Influence of Social Media Imagery on an Individual's Purchase Intention Towards a Brand: The Moderating Effect of Culture = Pengaruh Gambar dalam Media Sosial terhadap Niat Beli Individu akan suatu Merek: Sebuah Efek Moderasi dari Budaya

Pengarang/Penulis:

Serafina Windri, author

Subjek:

Social media.; Moderation.

Nomor Panggil:

MK-pdf

Penerbitan:

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Indonesia

Link Terkait:

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