

Judul:

Pengaruh SCCT Crisis Response Strategies Dan Loyalitas Brand Terhadap Keputusan Pembelian: Studi Eksperimen Pada Kasus Kebocoran Data E-Commerce Di Indonesia = The Effect of SCCT Crisis Response Strategies and Brand Loyalty on Purchasing Decisions: An Experimental Study on the Case of e-Commerce Data Leak in Indonesia

Pengarang/Penulis:

Rati Sanjaya, author

Subjek:

Consumer behavior; Crisis management in business

Nomor Panggil:

T-pdf

Penerbitan:

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Indonesia

Link Terkait:

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