

Judul:

Pengaruh Self Congruence dan Religiosity Terhadap Kecenderungan Untuk Membeli Barang Secara Impulsif (Impulsive Buying Tendencies, Studi Kasus terhadap Muslim di Jabodetabek = The Influence of Self Congruence and Religiosity on Impulsive Buying Tendencies, A Case Study of Muslims in Jabodetabek

Pengarang/Penulis:

Muhammad Arkan Askari, author

Subjek:

Consumers--Psychology; Impulse buying; Religiousness; Self-perception; Consumer behavior

Nomor Panggil:

S-pdf

Penerbitan:

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Indonesia

Link Terkait:

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