

PENGARUH ORIENTASI NILAI BELANJA INDIVIDU TERHADAP PERILAKU PEMBELIAN ONLINE MAHASISWA STUDI EMPIRIS PADA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNSOED

<b>Title</b>	PENGARUH ORIENTASI NILAI BELANJA INDIVIDU TERHADAP PERILAKU PEMBELIAN ONLINE MAHASISWA STUDI EMPIRIS PADA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNSOED
<b>Abstract</b>	
<b>Authors</b>	AT Nawarini
<b>Journal Name</b>	Sustainable Competitive Advantage (SCA) 4 (1), 2014
<b>Publish Year</b>	2014
<b>Citation</b>	(not set)
<b>Url</b>	<a belanja="" bisnis="" dan="" ekonomi="" empiris="" fakultas="" href="https://scholar.google.com/scholar?q=+intitle:" individu="" mahasiswa="" nilai="" online="" orientasi="" pada="" pembelian="" pengaruh="" perilaku="" studi="" terhadap="" unsoed"="">https://scholar.google.com/scholar?q=+intitle:"PENGARUH ORIENTASI NILAI BELANJA INDIVIDU TERHADAP PERILAKU PEMBELIAN ONLINE MAHASISWA STUDI EMPIRIS PADA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNSOED"</a>
<b>Author</b>	ALISA TRI NAWARINI, MBA