

ULOGA POTROŠAČKE NADE, POZITIVNOG EMOCIONALNOG OGLAŠAVANJA I VIŠEKONTEKSTNIH BROJEVA U RAZVIJANJU NAMJERE KUPNJE I USMENE PREPORUKE EKOLOŠKI UČINKOVITOG PROIZVODA

Title	ULOGA POTROŠAČKE NADE, POZITIVNOG EMOCIONALNOG OGLAŠAVANJA I VIŠEKONTEKSTNIH BROJEVA U RAZVIJANJU NAMJERE KUPNJE I USMENE PREPORUKE EKOLOŠKI UČINKOVITOG PROIZVODA
Abstract	
Authors	T Esti Masita, P Hari Adi, W Rabiatal Adawiyah, F Wihuda
Journal Name	Ekonomski pregled 73 (3), 390-414, 2022
Publish Year	2022
Citation	(not set)
Url	https://scholar.google.com/scholar?q=+intitle:"ULOGA POTROŠAČKE NADE, POZITIVNOG EMOCIONALNOG OGLAŠAVANJA I VIŠEKONTEKSTNIH BROJEVA U RAZVIJANJU NAMJERE KUPNJE I USMENE PREPORUKE EKOLOŠKI UČINKOVITOG PROIZVODA"
Author	PRAMONO HARI ADI, M.S