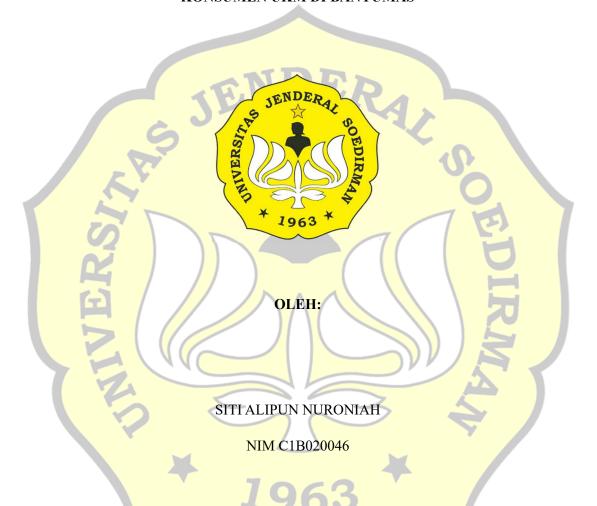
SKRIPSI - MBKM

MENGURAI VALUE-ACTION GAP PERILAKU PEMBELIAN KONSUMEN HIJAU MELALUI FAKTOR INTRAFISIK, KONTEKSTUAL, DAN PRIORITAS DIRI PADA KONSUMEN UKM DI BANYUMAS



KEMENTRIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET, DAN TEKNOLOGI UNIVERSITAS JENDERAL SOEDIRMAN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS JURUSAN MANAJEMEN

2024