

***Judul:***

Pengaruh electronic word of mouth (EWOM) terhadap kepercayaan merek pada media sosial di kalangan mahasiswi (Studi pada produk body lotion nivea)  
= The influence of electronic word of mouth (EWOM) on brand trust in social media among female students (Case study in nivea product body lotion).

***Pengarang/Penulis:***

Arientia Twinarutami, author

***Subjek:***

***Nomor Panggil:***

S47225

***Penerbitan:***

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Indonesia

***Link Terkait:***

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