

Judul:

Pengaruh karakteristik social commerce (S-commerce) terhadap consumers trust dan trust performance pada media sosial = Effects characteristics of social commerce (S-commerce) on consumers trust and trust performance in social media

Pengarang/Penulis:

Siahaan, Dulvan, author

Subjek:

Reputation; Word-of-mouth advertising; Structural equation modeling; Management

Nomor Panggil:

S53563

Penerbitan:

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Indonesia

Link Terkait:

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