

Judul:

Apakah celebrity endorser bermanfaat membandingkan efek dari reputasi dan word of mouth referral sebuah social commerce's commerce terhadap kepercayaan sikap dan niat beli konsumen = Does celebrity endorser matters comparing the effect of reputation and word of mouth referral of a social commerce's commerce on consumers trust attitude and purchase intention / Edo Rissandi

Pengarang/Penulis:

Edo Rissandi, author

Subjek:

social commerce

Nomor Panggil:

S59311

Penerbitan:

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Indonesia

Link Terkait:

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