

Judul:

Pengaruh faktor kredibilitas celebrity endorsement daya tarik, kepercayaan, dan keahlian terhadap kredibilitas merek dan minta pembelian studi pada merek mitsubishi = The impact of source credibility of celebrity endorsement attractiveness trustworthiness and expertise towards purchase intention and brand credibility as mediator variable case study on mitsubishi

Pengarang/Penulis:

Ardiyasa Narendra, author

Subjek:

Marketing

Nomor Panggil:

T48839

Penerbitan:

Link Terkait:

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