

Judul:

Pengaruh penggunaan celebrity endorser dalam iklan dan pensponsoran siaran langsung MotoGP terhadap purchase intention dengan variabel mediasi brand image. Studi kasus: Yamaha Indonesia Motor Manufacturing (YIMM) = The effect of using celebrity endorser in advertisement and MotoGP live broadcast sponsorship to purchase intention with brand image as mediating variable. Case study Yamaha Indonesia Motor Manufacturing (YIMM)

Pengarang/Penulis:

Kevin Komala, author

Subjek:

Endorsements in advertising

Nomor Panggil:

S-Pdf

Penerbitan:

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Indonesia

Link Terkait:

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