

Judul:

Pengaruh celebrity brand dan user personality congruence dalam celebrity endorsement terhadap brand attitude dan dampaknya pada brand purchase intention: studi pada kolaborasi lipstick lokal Indie SAS C dengan Tyna Kanna Mirdad dalam sosial media Instagram = The impact of celebrity brand and user personality congruence on brand attitude and the impact on brand purchase intention: study on local Indie lipstick SAS collaboration with Tyna Kanna Mirdad in social media Instagram

Pengarang/Penulis:

Laura Brigitta Ludju, author

Subjek:

Consumer behavior; Consumer knowledge; Purchasing; Advertising campaigns

Nomor Panggil:

S-Pdf

Penerbitan:

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Indonesia

Link Terkait:

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