

Judul:

Pengaruh Sosial dalam Pengambilan Keputusan Pembelian Produk Fashion di Instagram : Studi terhadap Strategi Pemasaran Yuna & Co Melalui Influencer = Social Influences in Decision Making for Purchasing Fashion Products on Instagram : Study of Yuna & Co Marketing Strategy through Influencer

Pengarang/Penulis:

Dea Martha Maesita, author

Subjek:

Social media -- Marketing; Social influence

Nomor Panggil:

T54145

Penerbitan:

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Indonesia

Link Terkait:

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