

Judul:

Pengaruh tipe selebriti terhadap Third Person Perception dalam konteks Celebrity Endorsed Advertising di Instagram = The influence of celebrity types on Third Person Perception in Celebrity Endorsed Advertising context on Instagram

Pengarang/Penulis:

Putri Amalia Zahra, author

Subjek:

Instagram (Firm) -- Marketing; Celebrities -- Influencer

Nomor Panggil:

S-pdf

Penerbitan:

Fakultas Psikologi Universitas Indonesia

Link Terkait:

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