

Judul:

Pengaruh Kredibilitas Endorser terhadap Kredibilitas Merek dan Intensi Pembelian: Studi Kasus Platform E-Commerce = The Effect of Endorser Credibility on Brand Credibility and Purchase Intention: The Case of E-Commerce Platform

Pengarang/Penulis:

M. Ali Akbar Sabturil S., 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](#)