

Judul:

How Influencer Works? Peran Persepsi Nilai Produk sebagai Mediator antara Kredibilitas Influencer Instagram dan Intensi Membeli = How Influencer Works? The Role of Product Perceived Value as Mediator between Instagram Influencer Credibility and Purchase Intention

Pengarang/Penulis:

Earlene Vinsensia, author

Subjek:

Credibility; Instagram

Nomor Panggil:

S-pdf

Penerbitan:

Fakultas Psikologi Universitas Indonesia

Link Terkait:

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