

Judul:

Pengaruh Rasa Percaya Konsumen terhadap Influencer Instagram sebagai Moderator antara Kredibilitas Influencer Instagram dan Intensi Membeli =
The Effect of Consumer's Trust in Instagram Influencers as a Moderator between Instagram Influencer Credibility and Purchase Intention

Pengarang/Penulis:

Thalia Zamira, author

Subjek:

Instagram (Electronic resource); Credibility Alliance (Organization); Truthfulness and falsehood; Consumer

Nomor Panggil:

S-pdf

Penerbitan:

Fakultas Psikologi Universitas Indonesia

Link Terkait:

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