

Judul:

Pengaruh Sikap terhadap Iklan Sebagai Mediator antara Kredibilitas Influencer Instagram dan Intensi Membeli = The Effect of Attitude Toward Advertisement as A Mediator Between Credibility`s Influencer Instagram and Purchase Intention

Pengarang/Penulis:

Wulandari Cahyaning Rahayu, author

Subjek:

Instagram (Firm) -- Marketing.

Nomor Panggil:

S-Pdf

Penerbitan:

Fakultas Psikologi Universitas Indonesia

Link Terkait:

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