

Judul:

Pengaruh Celebrity Trust terhadap Advertising, Brand dan Corporate Credibility: Studi Pada Celebrity Endorser Nasional dan Internasional =
The Effect of Celebrity Trust on Advertising, Brand and Corporate Credibility: Study on National and International Celebrity Endorsers

Pengarang/Penulis:

Mutia Nurazizah Rachmawati, author

Subjek:

Advertising--Brand name products

Nomor Panggil:

S-pdf

Penerbitan:

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Indonesia

Link Terkait:

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