

***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](#)