

Judul:

Analisis pengaruh nilai pesan dan kredibilitas social media influencers terhadap kepercayaan, kesadaran merek, dan niat pembelian konsumen muslim akan produk halal = The impact of social media influencers' message value and credibility on muslim consumers' trust, brand awareness, and purchase intention towards halal products.

Pengarang/Penulis:

Annisa Alifah Umairah, author

Subjek:

Message value; Purchase intention; Marketing; Consumers

Nomor Panggil:

S-pdf

Penerbitan:

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Indonesia

Link Terkait:

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