

Judul:

Pemasaran Media Sosial Selebriti: Pengaruh Kredibilitas dan Hubungan Parasosial terhadap Niat Beli, Menggunakan BTS sebagai Endorser = Social Media Marketing of Celebrity: The Effect of Credibility and Para-social relationship on purchase intention, Using BTS as Endorser

Pengarang/Penulis:

Abrar Shidqy Imza, author

Subjek:

Social media--Influence

Nomor Panggil:

S-pdf

Penerbitan:

Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Indonesia

Link Terkait:

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