

Judul:

Hubungan Parasocial interaction Pembuat Konten di Youtube Terhadap Persepsi Sebuah Merek dan Minat Pembelian = Youtube Content Creators' Parasocial Interaction Relevance on Brand Perception and Purchase Intent

Pengarang/Penulis:

Praditya Pratama, author

Subjek:

Parasocial interaction

Nomor Panggil:

T-pdf

Penerbitan:

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Indonesia

Link Terkait:

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