

Judul:

PEMASARAN MEDIA SOSIAL SELEBRITI: PENGARUH KREDIBILITAS DAN HUBUNGAN PARA-SOSIAL TERHADAP NIAT PEMBELIAN, MENGGUNAKAN BLACKPINK SEBAGAI ENDORSER = Social Media Marketing of Celebrity: The Effect of Credibility and Para-social Relationship on Purchase Intention, Using Blakcpink as an Endorser

Pengarang/Penulis:

Muhammad Aqsa, author

Subjek:

Endorsements in advertising.

Nomor Panggil:

S-pdf

Penerbitan:

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Indonesia

Link Terkait:

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