

Judul:

Pengaruh Fitur Pemasaran Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Dan Peran Brand Trust Sebagai Variabel Mediasi: Studi Pada Pengguna Skincare Pria "Kahf" Di Jabodetabek = Impact Of Social Media Marketing Features On Consumer's Purchase Decision & Brand Trust As A Mediator: Study On Male's Skincare Product Kahf User In Jabodetabek

Pengarang/Penulis:

Siti Yuniati Rahmania, author

Subjek:

Social media -- Marketing; Consumer behavior

Nomor Panggil:

S-pdf

Penerbitan:

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Indonesia

Link Terkait:

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