

Judul:

Pengaruh Kredibilitas dan Kuantitas Electronic Word of Mouth (E-WOM) terhadap Intensi Pembelian Online pada Produk Kosmetik Bersertifikasi Halal = The Effect of Credibility and Quantity of Electronic Word of Mouth (E-WOM) on Online Purchasing Intentions for Halal-Certified Cosmetic Products

Pengarang/Penulis:

Sabrina Nur Zatadini, author

Subjek:

Word-of-mouth advertising; Consumer behavior; Cosmetics -- Religious aspects -- Islam

Nomor Panggil:

S-pdf

Penerbitan:

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Indonesia

Link Terkait:

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