

Judul:

Perilaku Konsumen pada Modest Fashion Brand di Indonesia: Peran Mediasi dari Kredibilitas dan Religiusitas Social Media Influencer dan Peran Moderasi dari Hedonic Value terhadap Brand Attitude dan Purchase Intention = Consumer Behavior of Modest Fashion Brand in Indonesia: The Mediating Role of Social Media Influencer's Credibility and Religiosity and The Moderating Role of Hedonic Value on Brand Attitude and Purchase Intention

Pengarang/Penulis:

Farah Diba Ariyanti, author

Subjek:

Consumer behavior

Nomor Panggil:

T-pdf

Penerbitan:

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Indonesia

Link Terkait:

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