

Judul:

Pengaruh EWOM melalui Aplikasi TikTok terhadap Purchase Intention Produk Fast Fashion pada Generasi Z di Indonesia (Studi Kasus: Erigo) = The Influence of EWOM through TikTok Application on Purchase Intention of Fast Fashion Products for Generation Z in Indonesia (Case Study: Erigo)

Pengarang/Penulis:

Risqi Chandra Wijaya, author

Subjek:

Word-of-mouth advertising; Social media--Marketing; Fashion

Nomor Panggil:

S-pdf

Penerbitan:

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Indonesia

Link Terkait:

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