

Judul:

Dampak Kredibilitas Endorser pada Sikap terhadap Iklan dengan Moderator Sikap Sebelumnya terhadap Merek (Studi: Produk Maybelline di Indonesia)
= The Impact of Endorser Credibility on Attitude towards the Ads with Prior Attitude towards the Brand as Moderator (Study: Maybelline Products in Indonesia)

Pengarang/Penulis:

Yuramanti, author

Subjek:

Branding (Marketing)--Management.

Nomor Panggil:

T-pdf

Penerbitan:

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Indonesia

Link Terkait:

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