

Judul:

Peran Source Credibility dan Fairness pada pembentukan parasocial relationship dan product interest serta pengaruhnya pada minat pembelian dan E-Wom = The role of Source credibility and Fairness on the formation of parasocial relationship and product interest and its effect on purchase intention and E-Wom on beauty brands in Indonesia

Pengarang/Penulis:

Fadelia Dwiphala, author

Subjek:

Parasocial relationships

Nomor Panggil:

T-pdf

Penerbitan:

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Indonesia

Link Terkait:

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