

Judul:

Peran interaksi parasosial dalam memediasi pengaruh kredibilitas influencer terhadap intensi membeli produk kosmetik dalam belanja online
= The role of parasocial interaction in mediating the effect of influencer credibility on purchase intention of cosmetic products in online shopping

Pengarang/Penulis:

Rasya Hanindya, author

Subjek:

Online shopping; Cosmetic products

Nomor Panggil:

S-pdf

Penerbitan:

Fakultas Psikologi Universitas Indonesia

Link Terkait:

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