

Judul:

Pengaruh Korean Celebrity Endorser Credibility terhadap Purchase Intention dengan Moderasi Fear of Missing Out (FOMO) = The Influence of Korean Celebrity Endorser Credibility on Purchase Intention with Moderation of Fear of Missing Out (FOMO)

Pengarang/Penulis:

Audina Chairun Nisa, author

Subjek:

Endorsements in advertising

Nomor Panggil:

T-pdf

Penerbitan:

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Indonesia

Link Terkait:

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