

Pengaruh sosial media marketing dan brand image terhadap keputusan pembelian melalui brand trust pada pengguna marketplace bukalapak

Title	Pengaruh sosial media marketing dan brand image terhadap keputusan pembelian melalui brand trust pada pengguna marketplace bukalapak
Abstract	
Authors	W Wachjuni, ENE Najmuddin, S Sudarto
Journal Name	Co-Creation: Jurnal Ilmiah Ekonomi Manajemen Akuntansi dan Bisnis 3 (1), 1-14, 2024
Publish Year	2024
Citation	(not set)
Url	https://scholar.google.com/scholar?q=+intitle:"Pengaruh sosial media marketing dan brand image terhadap keputusan pembelian melalui brand trust pada pengguna marketplace bukalapak"
Author	Dr. E. NAJMUDIN, S.E., M.Si