

LEMBAR PENGESAHAN

**PENGARUH *VIRAL MARKETING* TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN MELALUI KESADARAN MEREK PADA PORTEE KOTA
BANDUNG**

(Survey Pada Pengguna Media Sosial TikTok)

***THE INFLUENCE OF VIRAL MARKETING ON PURCHASE DECISIONS
THROUGH BRAND AWARENESS ON PORTEE IN BANDUNG CITY***
(Survey of TikTok Social Media Users)

RAMA GEMPITA SURYA

NIM. 21220757

Telah disetujui dan disahkan di Bandung sebagai Skripsi pada tanggal:
12 September 2024

Menyetujui,
Dosen Pembimbing

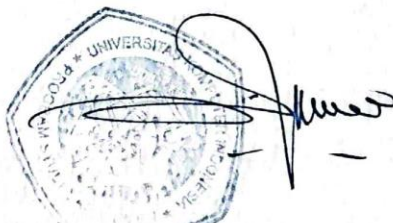

Assoc. Prof. Dr. Raeni Dwi Santy, S.E., M.Si, CIMA
NIP. 4127.34.02.006

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi Manajemen


Assoc. Prof. Dr. Ely Suhayati, S.E., M.Si., Ak., CA., CFA.
NIP. 4127.34.03.006


Dr. Linna Ismawati, SE., M.Si. CFRM
NIP. 4127.34.02.008