

**PENGARUH PROMOSI SOSIAL MEDIA DAN WORD OF MOUTH TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SKINCARE AESTHETIC BLUEPIN KOTA
BANDUNG**

**(STUDI KASUS PADA KONSUMEN AESTHETIC BLUEPIN YANG MEMILIKI
SOSIAL MEDIA INSTAGRAM)**

*THE EFFECT OF MARKETING SOCIAL PROMOTION AND WORD OF MOUTH ON BUYING DECISION OF
AESTHETIC BLUEPIN SKINCARE PRODUCT BANDUNG CITY
(STUDIES ON CONSUMERS OF AESTHETIC BLUEPIN SKINCARE PRODUCTS IN THE CITY OF BANDUNG
WHO HAVE INSTAGRAM SOCIAL MEDIA)*

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat dalam menempuh jenjang S1 Program Studi
Manajemen Fakultas Universitas Komputer Indonesia

Oleh :

Yunita Wulandari

21216027



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS KOMPUTER INDONESIA
BANDUNG
2020**