

LEMBAR PENGESAHAN

PENGARUH *USER GENERATED CONTENT* DAN *FIRM GENERATED CONTENT* TERHADAP PROSES KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK HAMMERSTOUT BANDUNG (CABANG KIARACONDONG)

THE EFFECT OF USER GENERATED CONTENT AND FIRM GENERATED CONTENT ON THE PURCHASE DECISION PROCESS OF HAMMERSTOUT BANDUNG PRODUCTS (KIARACONDONG BRANCH)

Muhammad Hilmy Alfauzi

Nim: 21219936

Telah disetujui dan disahkan di Bandung sebagai Skripsi pada
tanggal:

Bandung, 26 Agustus 2023

Menyetujui,

Dosen Pembimbing


Dr. Rizki Zulfikar, SE., M.SI.

NIP.4127.34.02.019


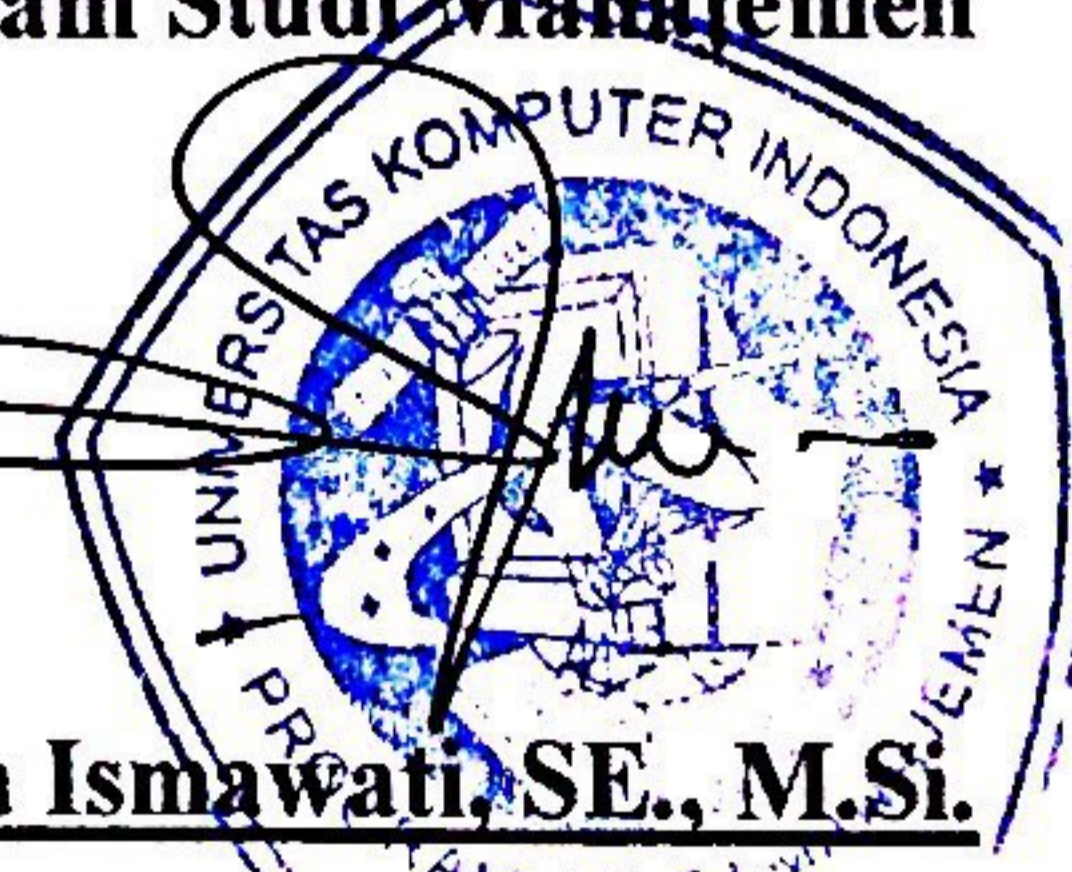
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis




Assoc. Prof. Dr. Ely Suhayati, SE., M.Si., Ak., CA

NIP.4127.34.03.006

Ketua Program Studi Manajemen

Dr. Linna Ismawati, SE., M.Si.

NIP. 4127.34.02.008