

LEMBAR PENGESAHAN

PENGARUH PERIKLANAN DIGITAL DAN *ELECTONIC WORD OF MOUTH* (EWOM) TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA FLASHY BANDUNG

The Influence of Digital Advertising and Electronic Word of Mouth (ewom) on Purchase Decision at Flashy Bandung


Hanif Chandra Gunawan

NIM : 21215240

Telah disetujui dan disahkan di Bandung sebagai Skripsi pada tanggal :
Bandung, Februari 2020

Menyetujui,

Pembimbing



Dr. Rizki Zulfikar, S.E., M.Si
NIP. 4127.34.02.019



Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Prof. Dr. Hj. Dwi Kartini, SE., Spec.Lic
NIP. 4127.70.019



Ketua Program Studi Manajemen

Dr. Lita Wulantika, S.E., M.Si
NIP. 4127.34.02.004