LEMBAR PENGESAHAN

PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* (E-WOM) DAN *INTERNET ADVERTISING* TERHADAP PEMBELIAN ULANG PADA FLASHY BANDUNG

The influence of Electronic Word Of Mouth (E-WOM) and Internet Advertising to Repurchase at Flashy Bandung

REYNA
21212917

Telah Disetujui Dan Disahkan Sebagai Skripsi Pada
Bandung, September 2016

Menyetujui,
Pembimbing

Dr. H. Adang Widjana, Drs., MM

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

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

Ketua Program Studi Manajemen

Dr. Raeni Dwi Santy, SE.,M.Si.
NIP. 4127.34.02.006