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

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Menempuh Kelulusan Strata 1 Pada Program Studi Manajemen

Oleh :

REYNA
21212917



PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS KOMPUTER INDONESIA
BANDUNG
2016