KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN SEBAGAI IMPLIKASI DARI *INTERNET MARKETING* DAN KOMUNIKASI *WORD OF MOUTH* PADA *ONLINE SHOP* MINE SHOP

Consumer Purchasing Decisions as The Implications of Internet Marketing and Word of Mouth Communications in Online Shop Mine Shop

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Menempuh Program Strata 1
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Oleh:

Andiyanto Saputro

21212162



PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS KOMPUTER INDONESIA

BANDUNG

2016