PENGARUH KEPERCAYAAN DAN KENYAMANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN IKAN HIAS SECARA ONLINE DI *FACEBOOK* SEBAGAI MEDIA PROMOSI
(Studi pada konsumen Tan Aquarium Bandung)

EFFECT OF TRUST AND COMFORT OF DECORATIVE FISH DECISION TO PURCHASE ONLINE ON FACEBOOK AS MEDIA PROMOTION
(Studies on consumer Tan Aquarium Bandung)

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat

Dalam Menempuh Jenjang Strata 1

Program Studi Manajemen

Oleh :

RR. EDNES RAPHANWENDA

21212173



Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Komputer Indonesia
Bandung

2016