PENGARUH PERIKLANAN INTERNET DAN *ELECTRONIC WORD-OF-MOUTH (E-WOM)* TERHADAP PEMBELIAN TIDAK TERENCANA SECARA *ONLINE* PADA SITUS TOKO *ONLINE* DI HIJUP.COM

The Influence of Internet Advertising and Electronic Word-of-Mouth (e-WOM) to Online Impulse Buying on Online Store Website of Hijup.com

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat
Dalam menempuh Jenjang S1
Program Studi Manajemen

Oleh:

EKO PRASETIO KARYADI SYAH PUTRA

21213064

PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS KOMPUTER INDONESIA
BANDUNG
2017