

PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* TERHADAP *PURCHASE INTENTION* MELALUI MEDIA SOSIAL TWITTER PADA CHATIME INDONESIA

SKRIPSI

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Administrasi Bisnis
Program Studi S1 Ilmu Administrasi Bisnis

Disusun Oleh :

Bachtiar Widagdo

1203120199



**Telkom
University**

**FAKULTAS KOMUNIKASI DAN BISNIS
UNIVERSITAS TELKOM
BANDUNG**

2017