

HALAMAN PENGESAHAN

PENGARUH *SOCIAL MEDIA MARKETING* DAN *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* PADA MEDIA SOSIAL INSTAGRAM TERHADAP *PURCHASE INTENTION* PRODUK SUNDAY BOWL CEREAL CLUB

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen dari Program Studi S1 Manajemen Bisnis Telekomunikasi dan Informatika

Disusun Oleh:

KANIA OKTAVIANA WINARNO

1401184053



Pembimbing I,



(Dra. Indrawati, M.M, Ph.D)

**MANAJEMEN BISNIS TELEKOMUNIKASI DAN INFORMATIKA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS TELKOM
BANDUNG
2022**