

PENGARUH SOCIAL MEDIA USAGE DAN ELECTRONIC WORD OF MOUTH TERHADAP PURCHASE DECISION INVOLVEMENT

(Studi Kasus Pada Pengguna *E-Commerce*)

SKRIPSI

Disusun Oleh:

Raena Furi
1401164189



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

PENGARUH SOCIAL MEDIA USAGE DAN ELECTRONIC WORD OF MOUTH TERHADAP PURCHASE DECISION INVOLVEMENT

(Studi Kasus Pada Pengguna *E-Commerce*)

THE EFFECY OF SOCIAL MEDIA USAGE AND ELECTRONIC WORD OF MOUTH ON PURCHASE DECISION INVOLVEMENT

(Case Study on E-commerce users)

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen
Program Studi Manajemen Bisnis Telekomunikasi Informatika

Disusun Oleh:

Raena Furi
1401164189



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