

**ANALISIS PENGARUH *ELECTRONIC WORD-OF-MOUTH* INDONESIA AIR ASIA
MELALUI *TWITTER* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN TAHUN 2014
(Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Terapan Universitas Telkom)**

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Ahli Madya
Program Studi D3 Manajemen Pemasaran



Disusun oleh :

Yoko Aldino Putra

6304110027

D3 MANAJEMEN PEMASARAN

FAKULTAS ILMU TERAPAN

UNIVERSITAS TELKOM

BANDUNG

2014