

HALAMAN PERSETUJUAN
PENGARUH *ELECTRONIC WORD-OF-MOUTH* AQUA INDONESIA
MELALUI MEDIA SOSIAL TWITTER TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN

(Studi Kasus pada Mahasiswa/i Universitas Telkom Bandung)

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

Disusun oleh:

Frilanata Putera Yuwono

6304120043

Menyetujui,
Pembimbing



Widya Sastika, ST. MM

D3 MANAJEMEN PEMASARAN
FAKULTAS ILMU TERAPAN
UNIVERSITAS TELKOM
BANDUNG

2015