HALAMAN PENGESAHAN

PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF M*OUTH TERHADAP *BRAND ATTITUDE DAN PURCHASE INTENTION* (STUDI KASUS TWITTER NETFLIX INDONESIA)

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

Disusun Oleh:

Nabila Azahra

1401174345

Pembimbing:

Osa Omar Sharif, S.Si., M.S.M.

MANAJEMEN BISNIS TELEKOMUNIKASI INFORMATIKA

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS TELKOM

BANDUNG

2021