

PENGARUH ELECTRONIC *WORD OF MOUTH* (*eWOM*) DAN *SOCIAL MEDIA MARKETING* TERHADAP PROSES KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN *E-COMMERCE* LAZADA

SKRIPSI

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

Disusun oleh:

Muhammad Ade Arif Budiman

1401194199



MANAJEMEN BISNIS TELEKOMUNIKASI INFORMATIKA

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS TELKOM

BANDUNG

2023