

**PENGARUH *VIRAL MARKETING* TERHADAP KEPERCAYAAN DAN
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK FASHION MELALUI MEDIA
SOSIAL *INSTAGRAM* (STUDI KASUS MAHASISWA EKONOMI
UNIVERSITAS TANJUNGPURA PONTIANAK)**

SKRIPSI

OLEH

**FITRIANI
NIM. B11111039**



**UNIVERSITAS TANJUNGPURA
FAKULTAS EKONOMI
PONTIANAK**

2015

**PENGARUH *VIRAL MARKETING* TERHADAP KEPERCAYAAN DAN
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK FASHION MELALUI MEDIA
SOSIAL *INSTAGRAM* (STUDI KASUS MAHASISWA EKONOMI
UNIVERSITAS TANJUNGPURA PONTIANAK)**

SKRIPSI

OLEH

**FITRIANI
NIM. B11111039**



**UNIVERSITAS TANJUNGPURA
FAKULTAS EKONOMI
PONTIANAK**

2015

**PENGARUH *VIRAL MARKETING* TERHADAP KEPERCAYAAN DAN
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK FASHION MELALUI MEDIA
SOSIAL *INSTAGRAM* (STUDI KASUS MAHASISWA EKONOMI
UNIVERSITAS TANJUNGPURA PONTIANAK)**

SKRIPSI

OLEH

**FITRIANI
NIM. B11111039**

Skripsi diajukan sebagai salah satu syarat

Untuk memperoleh gelar sarjana

**UNIVERSITAS TANJUNGPURA
FAKULTAS EKONOMI
PONTIANAK**

2015