


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

Penanggung Jawab Yuridis

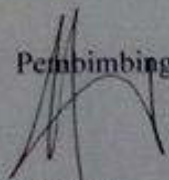
  
FITRIANI  
B11111039

Jurusan : Manajemen

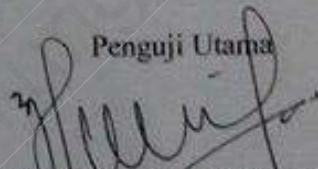
Dinyatakan telah memenuhi syarat  
dan lulus dalam ujian skripsi/komprehensif  
pada tanggal : 05 Oktober 2015

Majelis Penguji

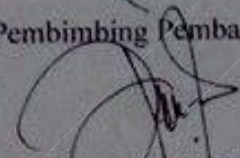
Pembimbing Utama

  
H.S. Sianipar, SE, MM  
NIP.195411101979021001

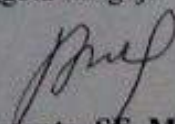
Penguji Utama

  
Dr. Hj. Juniwati, SE, M.Si  
NIP.196206031989032001

Pembimbing Pembantu

  
Syahbandi, SE, MM  
NIP.198004232005011001


Anggota Penguji

  
Arief Susanto, SE, M.Si  
NIP.195607241986091001

Pontianak, 08 Oktober 2015



UNIVERSITAS TANJUNGPURA  
FAKULTAS EKONOMI  
Ketua Jurusan,

  
Rudi Mardiansyah, SE, MM  
NIP.196909071994031002