

PENGARUH DAYA TARIK IKLAN DAN *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* (e-WOM) TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
(Suatu Studi Pada Konsumen Kedai Leueut *Street Food & Drink* Cabang Universitas Galuh)

SKRIPSI

Untuk memenuhi salah satu syarat ujian
guna memperoleh Gelar Sarjana Manajemen
Pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Galuh

Oleh,

DIFA RIZQ ATHAYA
3402220187



PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS GALUH
2026