

**PENGARUH *VIRAL MARKETING* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
DI FABRIK EATERY & BAR BANDUNG
(Survei terhadap Konsumen *FABRIK Eatery & Bar Bandung*)**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Syarat untuk Memperoleh Gelar Sarjana Pariwisata Pada
Program Studi Manajemen Pemasaran Pariwisata



Oleh :
Risha Aisha Giffari
1203537

**FAKULTAS PENDIDIKAN ILMU PENGETAHUAN SOSIAL
UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA
2016**

Pengaruh *Viral Marketing* Terhadap Keputusan Pembelian
(Survei Terhadap Konsumen FABRIK Eatery & Bar Bandung)

Oleh
Risha Aisha Giffari

Sebuah skripsi yang diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana
pada Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial

© Risha Aisha Giffari 2016
Universitas Pendidikan Indonesia
Agustus 2016

Hak Cipta dilindungi undang-undang.
Skripsi ini tidak boleh diperbanyak seluruhnya atau sebagian,
dengan dicetak ulang, difoto kopi, atau cara lainnya tanpa ijin dari penulis.

LEMBAR PENGESAHAN

**PENGARUH VIRAL MARKETING TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN DI FABRIK EATERY & BAR BANDUNG**

(Survei Terhadap Konsumen FABRIK Eatery & Bar Bandung)

Skripsi ini disetujui dan disahkan oleh:

Pembimbing I



Bagja Waluya, S. Pd., M.Pd.
NIP. 19721024 200112 1 001

Pembimbing II



Taufik Abdullah, SE., MM.Par
NIP. 19851024 201404 1 001

Mengetahui

**an Ketua Program Studi
Manajemen Pemasaran Pariwisata**



Dewi Pancawati N., S.Pd., MM
NIP. 19791130 200912 2 004

Tanggung Jawab Yuridis Ada Pada Penulis



Risha Aisha Giffari
NIM. 1203537