

PENGARUH *NETWORK STRUCTURE CHARACTERISTIC* TERHADAP *NETWORK INVOLVEMENT* DAN IMPLIKASINYA TERHADAP *PURCHASE INTENTION*

(*Buzzing* Produk Di Sosial Media Twitter)

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi dan Melengkapi salah satu syarat dalam menempuh Ujian Sarjana Ekonomi Program Studi Manajemen Pada Fakultas Bisnis dan Manajemen Universitas Widyatama

Disusun Oleh:

Nama : Yuddy Saputra

NRP : 0210M003

Menyetujui

Dosen Pembimbing

(Sunardi S. Brahmana, S.E., M.T.)

Mengetahui,

Dekan Fakultas Bisnis dan Manajemen

Ketua Program Studi Manajemen S1

(Dr. Hj. Dyah Kusumastuti, Ir., M.Sc.)

(Hj. Wien Dyahrini, S.E., MSIE., M.Si.)

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Yuddy Saputra

Tempat dan Tanggal Lahir : Bandung, 18 Juli 1987

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul:

“PENGARUH NETWORK STRUCTURE CHARACTERISTIC TERHADAP NETWORK INVOLVEMENT DAN IMPLIKASINYA TERHADAP PURCHASE INTENTION (Buzzing Produk Di Sosial Media Twitter)”

Merupakan hasil karya saya sendiri. Apabila terbukti skripsi tersebut bukan hasil karya sendiri, saya bersedia menerima segala sanksi yang diterapkan.

Demikian skripsi ini dibuat sebagaimana mestinya dan benar adanya.

Bandung, April 2013

Penulis

Yuddy Saputra