

PENGARUH FITUR IKLAN JEJARING SOSIAL PADA NIAT BELI DIMEDIASI OLEH KETERIKATAN MEREK MAKANAN CEPAT SAJI BURGER LOKAL DI INDONESIA

Tesis

Untuk memenuhi persyaratan mencapai derajat S-2

Program Studi Magister Manajemen



Diajukan oleh:

Nurul Islami

20/470999/PEK/26726

Kepada

FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS

UNIVERSITAS GADJAH MADA

2023

PENGARUH FITUR IKLAN JEJARING SOSIAL PADA NIAT BELI DIMEDIASI OLEH KETERLIBATAN MEREK MAKANAN CEPAT SAJI BURGER LOKAL DI INDONESIA

Disiapkan dan disusun oleh:

NURUL ISLAMI

20/470999/PEK/26726

telah dipertahankan di depan Dewan Penguji

pada tanggal 20 Juli 2023

dan dinyatakan telah lulus memenuhi syarat

Susunan Dewan Penguji

Dosen Penguji I



Dr., Ir. Suci Paramitasari Syahlani, M.M
NIP

Dosen Penguji II



Dr. Iin Mayasari, M.M., M.Si
NIP KP001479

Dosen Penguji III



Basu Swastha Dharmmesta, Prof. Dr., M.B.A.,
NIP 121195208202209101

Tesis ini diterima sebagai salah satu persyaratan
Untuk memperoleh gelar Master of Business Administration (M.B.A.)
Tanggal 20 Juli 2023

Ketua Prodi Magister Manajemen



Prof. Amin Wibowo, S.E., M.B.A., Ph.D.
NIP 196905051995031001

Mengetahui,

Wakil Dekan Bidang Akademik

Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Gadjah Mada



Bayu Sutikno, SE., M.S.M., PhD.
NIP 197805202005011002