



UNIVERSITAS
GADJAH MADA

Mengungkap Peran Pemengaruh di Media Sosial Dalam Mempengaruhi Niat Beli Konsumen Melalui Kredibilitas Dan Hubungan Parasosial (Studi Pada Produk Fesyen Mewah Di Media Sosial)

Erni Rahmayanti, Dr. Sahid Susilo Nugroho, M.Sc.

Universitas Gadjah Mada, 2024 | Diunduh dari <http://etd.repository.ugm.ac.id/>

MENGUNGKAP PERAN PEMENGARUH DI MEDIA SOSIAL DALAM MEMPENGARUHI NIAT BELI KONSUMEN MELALUI KREDIBILITAS DAN HUBUNGAN PARASOSIAL

Tesis
untuk memenuhi sebagian persyaratan
mencapai derajat Sarjana S-2

Program Studi Magister Manajemen



Diajukan oleh
Erni Rahmayanti
23/525096/PEK/29542

Kepada
FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS
UNIVERSITAS GADJAH MADA
2024

MENGUNGKAP PERAN PEMENGARUH DI MEDIA SOSIAL DALAM MEMPENGARUHI NIAT BELI KONSUMEN MELALUI KREDIBILITAS DAN HUBUNGAN PARASOSIAL

Disiapkan dan disusun oleh:

Erni Rahmayanti

23/525096/PEK/29542

telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
pada tanggal 15 Oktober 2024

dan dinyatakan telah lulus memenuhi syarat

Susunan Dewan Penguji

Dosen Penguji I



Bayu Aji Aritejo, S.E., M.M., M.Si.,
Ph.D.,
NIP 197803252010121001

Dosen Penguji II



Dr., Indah Fatmawati, S.E., M.Si.
NIP

Dosen Penguji III



Dr. Sahid Susilo Nugroho, M.,Sc.,
NIP 196805221994031002

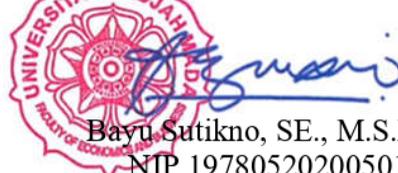
Tesis ini diterima sebagai salah satu persyaratan
Untuk memperoleh gelar Master of Business Administration (M.B.A.)
Tanggal 15 Oktober 2024

Ketua Prodi Magister Manajemen



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

Mengetahui,
Wakil Dekan Bidang Akademik
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Gadjah Mada



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