

PENGARUH MODAL SOSIAL TERHADAP KETERLIBATAN PELANGGAN DALAM KOMUNITAS MEREK *ONLINE*

Tesis

Untuk memenuhi sebagian persyaratan
mencapai derajat Sarjana S-2

Program Studi Magister Manajemen



Diajukan Oleh :
Alifa Dian Ramadhani
22/501278/PEK/28714

Kepada
**FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS
UNIVERSITAS GADJAH MADA
2024**



UNIVERSITAS
GADJAH MADA

Master of Business Administration
Faculty of Economics and Business
Universitas Gadjah Mada

Pengaruh Modal Sosial Terhadap Keterlibatan Pelanggan Dalam Komunitas Merek Online
Alifa Dian Ramadhani, Yulia Arisnani Widyaningsih, M.B.A., Ph.D.
Universitas Gadjah Mada, 2024 | Diunduh dari <http://etd.repository.ugm.ac.id/>

PENGARUH MODAL SOSIAL TERHADAP KETERLIBATAN PELANGGAN DALAM KOMUNITAS MEREK ONLINE

Disiapkan dan disusun oleh:
Alifa Dian Ramadhani
22/501278/PEK/28714
telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
pada tanggal 16 Desember 2024
dan dinyatakan telah lulus memenuhi syarat

Susunan Dewan Penguji

Dosen Penguji I

Dr. Iin Mayasari, M.M., M.Si
NIP 202020568

Dosen Penguji II

Dr. Ina Melati, S.E., M.M.,
NIP 111198506202411201

Dosen Penguji III

Yulia Arisnani Widyaningsih, M.B.A., Ph.D.,
NIP 196707071994022001

Tesis ini diterima sebagai salah satu persyaratan
Untuk memperoleh gelar Master of Business Administration (M.B.A.)
Tanggal 16 Desember 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