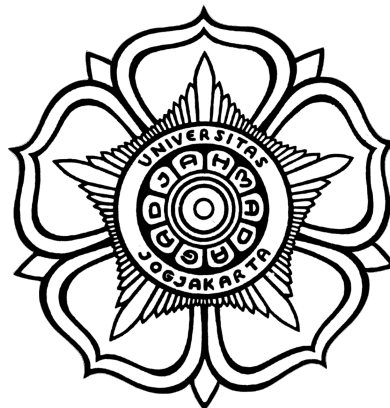


**PENGARUH PERSONALISASI KONTEN PADA NIAT PEMBELIAN
DAN NIAT BERPERILAKU VIRAL: PENGARUH KREATIVITAS,
AUTENTISITAS, DAN KEBUTUHAN AKAN KEUNIKAN DI TIKTOK**

Tesis

Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
Mencapai Derajat Sarjana S-2
Program Studi Magister Manajemen



Diajukan oleh:

Nadya Hapsari T.S

22/520086/PEK/29167

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 Personalisasi Konten Pada Niat Pembelian dan Niat Berperilaku Viral: Pengaruh Kreativitas, Autentisitas, dan Kebutuhan akan Keunikan di TikTok

Nadya Hapsari Thrisianingsih Sukandar, Dr. Sari Winahjoe Siswomihardjo, M.B.A.

Diunduh dari <http://etd.repository.ugm.ac.id/>

PENGARUH PERSONALISASI KONTEN PADA NIAT PEMBELIAN DAN NIAT BERPERILAKU VIRAL: PENGARUH KREATIVITAS, AUTENTISITAS, DAN KEBUTUHAN AKAN KEUNIKAN DI TIKTOK

Disiapkan dan disusun oleh:

Nadya Hapsari Thrisianingsih Sukandar

22/510086/PEK/29167

telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
pada tanggal 17 Desember 2024
dan dinyatakan telah lulus memenuhi syarat

Susunan Dewan Penguji

Dosen Penguji I

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

Dosen Penguji II

Naila Zulfa, M.A., M.S., PGDip., Ph.D.,
FHEA.,
NIP 197601172002122001

Dosen Penguji III

Dr. Sari Winahjoe Siswomihardjo, M.B.A.,
NIP 195911231985032001


Tesis ini diterima sebagai salah satu persyaratan
Untuk memperoleh gelar Master of Business Administration (M.B.A.)
Tanggal 17 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