Pengaruh Siaran Langsung dan Ulasan Pelanggan Daring pada TikTok Shop terhadap Niat Beli Produk
Perawatan Kulit Berkelanjutan oleh Generasi Z di Indonesia dengan Kepercayaan sebagai Variabel Mediasi
Tustiati, Dr. Ina Melati, S.E., M.M.
Universitas Gadjah Mada, 2026 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

PENGARUH SIARAN LANGSUNG DAN ULASAN PELANGGAN DARING PADA TIKTOK SHOP TERHADAP NIAT BELI PRODUK PERAWATAN KULIT BERKELANJUTAN OLEH GENERASI Z DI INDONESIA DENGAN KEPERCAYAAN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI

Skripsi
Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Mencapai Derajat Sarjana S1
Program Studi Manajemen

Dosen Pembimbing:
Dr. Ina Melati, S.E., M.M.

Oleh:
Tustiati
22/502695/EK/24070

PROGRAM STUDI SARJANA MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS
UNIVERSITAS GADJAH MADA
YOGYAKARTA
2026

UNIVERSITAS GADJAH MADA
Pengaruh Siaran Langsung dan Ulasan Pelanggan Daring pada TikTok Shop terhadap Niat Beli Produk Perawatan Kulit Berkelanjutan oleh Generasi Z di Indonesia dengan Kepercayaan sebagai Variabel Mediasi
Tustiati, Dr. Ina Melati, S.E., M.M.
Universitas Gadjah Mada, 2026 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

LEMBAR PENGESAHAN

UNIVERSITAS GADJAH MADA
FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS

Dengan ini saya menyatakan bahwa tugas akhir dengan judul:

Pengaruh Siaran Langsung dan Ulasan Pelanggan Daring pada Tiktok Shop terhadap Niat Beli Produk Perawatan Kulit Berkelanjutan oleh Generasi Z di Indonesia dengan Kepercayaan sebagai Variabel Mediasi

Disusun oleh
Tustiati
22/502695/EK/24070

Telah saya baca dengan seksama dan telah dinyatakan memenuhi standar ilmiah, baik jangkauan maupun kualitasnya, sebagai skripsi jenjang Pendidikan Sarjana (S1).

Telah diujikan pada 25 Juni 2026

Tim Penguji	Nama Lengkap	Tanda Tangan
Pembimbing	Dr. Ina Melati, S.E., M.M.	
Penguji 1	Prof. Dr. Reni Rosari, M.B.A.	
Penguji 2	Naya Hapsari, S.E., M.Sc., Ph.D.	

Mengetahui,
Wakil Dekan Bidang Akademik dan Kemahasiswaan

Bayu Sutikno, S.E.,M.S.M., Ph.D.
NIP 197805202005011002