UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Pengaruh Persepsi Konten Soft Selling di TikTok pada Niat Beli konsumen Gen Z terhadap Produk Fast-Moving Consumer Goods (FMCG): Pendekatan Stimulus-Organism-Response
Annisa Mayza Jasmine, Widya Paramita, S.E., M.Sc., Ph.D.
Universitas Gadjah Mada, 2026 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

Pengaruh Persepsi Konten *Soft Selling* di TikTok pada Niat Beli konsumen Gen Z terhadap Produk *Fast-Moving Consumer Goods (FMCG)*: Pendekatan *Stimulus-Organism-Response*

SKRIPSI

Diajukan sebagai syarat untuk memperoleh gelar kesarjanaan S-1 pada

Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Gadjah Mada

Dosen Pembimbing:

Widya Paramita, S.E, M.Sc., Ph. D

Disusun Oleh:

Annisa Mayza Jasmine

NIM. 22/497285/EK/23956

PROGRAM STUDI SARJANA MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS

UNIVERSITAS GADJAH MADA YOGYAKARTA

2026

UNIVERSITAS
GADJAH MADA

Pengaruh Persepsi Konten Soft Selling di TikTok pada Niat Beli konsumen Gen Z terhadap Produk Fast-Moving Consumer Goods (FMCG): Pendekatan Stimulus-Organism-Response
Annisa Mayza Jasmine, Widya Paramita, S.E., M.Sc., Ph.D.
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 Persepsi Konten *Soft Selling* di TikTok pada Niat Beli konsumen Gen Z terhadap Produk *Fast-Moving Consumer Goods* (FMCG): Pendekatan *Stimulus-Organism-Response*

Disusun oleh
Annisa Mayza Jasmine
22/497285/EK/23956

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

Telah diujikan pada 18 September 2026

Tim Penguji	Nama Lengkap	Tanda Tangan
Pembimbing	Widya Paramita, S.E., M.Sc., Ph.D.	
Penguji 1	Bayu Sutikno, S.E., M.S.M., Ph.D.	
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