

**MODEL NILAI PERIKLANAN DAN PENGALAMAN MENGALIR
PADA NIAT PEMBELIAN:
PENGARUH PERSEPSI NILAI PRODUK DAN INTERAKTIVITAS
DALAM PERIKLANAN TELEPON PINTAR DI INDONESIA**

Tesis

Untuk Memenuhi Persyaratan Mencapai Derajat Strata Dua (S2)

Program Studi Magister Sains Manajemen



Oleh:

Aldi Rizal Prasetya

17/422024/PEK/23601

**PROGRAM MAGISTER SAINS DAN DOKTOR
FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS
UNIVERSITAS GADJAH MADA
YOGYAKARTA
2020**