



Identifikasi User Gaze Patterns Dan Elemen Visual Yang Mempengaruhi Purchase Intention Customer Pada Antarmuka Instagram Foods And Beverages Yang Diukur Dengan Eye Tracking
NOVIA ROYANI, Dr. Eng. Ir. Titis Wijayanto, S.T.,M.Des., IPM.; Dr. Mirwan Ushada, STP, M.App.Life.Sc

Universitas Gadjah Mada, 2021 | Diunduh dari <http://etd.repository.ugm.ac.id/>

**IDENTIFIKASI *USER GAZE PATTERNS* DAN ELEMEN VISUAL YANG
MEMPENGARUHI *PURCHASE INTENTION CUSTOMER* PADA ANTARMUKA
INSTAGRAM *FOOD AND BEVERAGES* YANG DIUKUR DENGAN *EYE TRACKING***

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh derajat sarjana S-2

TESIS



NOVIA ROYANI

17/422512/PTK/12091

**PROGRAM STUDI MAGISTER TEKNIK SISTEM
FAKULTAS TEKNIK
UNIVERSITAS GADJAH MADA
YOGYAKARTA
2021**