

**FAKTOR DETERMINAN *PURCHASE INTENTION* DAN
MATERIALISM DENGAN VARIABEL *PARASOCIAL
RELATIONSHIP* SEBAGAI VARIABEL INTERVENING
STUDI EMPIRIS PADA KONSUMEN SOSIAL COMMERCE
TIKTOK DAN SHOPEE**



TESIS

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh derajat
sarjana S-2 Magister Manajemen Program Studi Magister
Manajemen Universitas Diponegoro**

Disusun oleh:

FITRIA WAHYU RISANTI

NIM 12010122420147

PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS

UNIVERSITAS DIPONEGORO

SEMARANG

2024