

PENGARUH *ONLINE LIVE STRAMING, VIRAL MARKETING, ONLINE CUSTOMER REVIEW* DENGAN KEPERCAYAAN SEBAGAI VARIABEL *INTERVENING* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SKINCARE DAN KOSMETIK PADA TIKTOK SHOP

THESIS

Diajukan Sebagai Syarat Untuk Mencapai Gelar

MAGISTER MANAJEMEN

Pada Program Studi Magister Manajemen



DISUSUN OLEH:

NAMA : LISLINDAWATI

NPM : 2122310017

PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI & BISNIS

INSTITUT INFORMATIKA DAN BISNIS DARMAJAYA

BANDAR LAMPUNG

2024