

TESIS

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI *PURCHASE*
INTENTION YANG DIMEDIASI *ATTITUDE TOWARD*
ADVERTISEMENT PADA PRODUK SOMETHINC DI MEDIA
SOSIAL TIKTOK**

Ditulis untuk memenuhi sebagian persyaratan akademik
guna memperoleh gelar Magister Manajemen

Oleh:

NAMA : IGAAN KRESNA PARINAMIDI

NPM : 01619230061



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM MAGISTER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PELITA HARAPAN
JAKARTA
2025**