

**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 Progam Studi Magister  
Manajemen Universitas Diponegoro**

**Disusun oleh:  
FITRIA WAHYU RISANTI**

**NIM 12010122420147**

**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN**

**FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS**

**UNIVERSITAS DIPONEGORO**

**SEMARANG**

**2024**