

LEMBAR PENGESAHAN

***THE INFLUENCE OF TIKTOK CONTENT MARKETING, LIVE
COMMERCE, AND USER-GENERATED CONTENT (UGC) ON PURCHASE
INTENTION***

ARTIKEL



Universitas Pembangunan Nasional



Dr. Titik Kusmantini, S.E., M.Si
NIP. 19721021 202121 2 004

Dr. Nina Fapari Arif, S.E., M.Si
NIP. 19860721 202203 2 001

LEMBAR PENGESAHAN

PUBLIKASI BERJUDUL

***THE INFLUENCE OF TIKTOK CONTENT MARKETING, LIVE
COMMERCE, AND USER-GENERATED CONTENT (UGC) ON PURCHASE
INTENTION***

Disusun Oleh:

RAISYA SAFITRI PUTERI FADJRIATNI

NIM. 141220026

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji pada tanggal 06 Januari 2026 dan telah dinyatakan memenuhi seluruh syarat untuk diterima

Ketua Sidang/Penguji 1

Dosen Pembimbing/Penguji 2

Dra. Sri Kusujaniatun, M.Si.
NIP. 19630505 199003 2 001

Dr. Nina Fapari Arif, S.E., M.Si
NIP. 19860721 202203 2 001

Dosen Penguji 3

Dosen Penguji 4

Danang Yudhiantoro, S.E., M.Si
NIP. 19740802 202121 1 004

Dr. Titik Kusmantini, S.E., M.Si
NIP. 19721021 202121 2 004

Mengetahui
Ketua Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis UPN "Veteran" Yogyakarta



Dr. Titik Kusmantini, S.E., M.Si
NIP. 19721021 202121 2 004