

**PENGARUH *UTILITARIAN, HEDONIC* DAN *SOCIAL VALUE*
TERHADAP *PURCHASE INTENTION* DENGAN *CUSTOMER TRUST*
SEBAGAI VARIABEL *MEDIATING* PADA PRODUK KECANTIKAN
WARDAH MELALUI *LIVE STREAMING* TIKTOK
TESIS**

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Magister
dari Program Studi PJJ S2 MANAJEMEN

Disusun oleh:
RAISA ADABINA FIRLYANI
2403212100



PJJ S2 MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS TELKOM
BANDUNG
2025