

**THE ROLE OF TRUST IN RELATIONSHIP BETWEEN SOCIAL  
MEDIA PROMOTION TO PURCHASE DECISIONS**

Diajukan Oleh:

**ARUP WIKANA**

**20171020015**

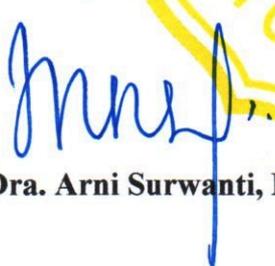
Telah Disetujui Oleh:

Pembimbing I:

  
**Dr. Nuryakin, S.E., MM**

Tanggal, 2 November 2019

Pembimbing II:

  
**Dr. Dra. Arni Surwanti, M.Si**

Tanggal, 2 November 2019

**TESIS**

**PERAN *TRUST* DALAM HUBUNGANNYA ANTARA PROMOSI  
MEDIA SOSIAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN**

***THE ROLE OF TRUST IN RELATIONSHIP BETWEEN SOCIAL  
MEDIA PROMOTION TO PURCHASE DECISIONS***

Diajukan Oleh:

**ARUP WIKANA**

**20171020015**

**Telah Disetujui Oleh:**

Tesis ini telah dipertahankan dan disahkan di depan  
Dewan Penguji Program Magister Manajemen  
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta  
Tanggal, 2 November, 2019

Yang terdiri dari



**Dr. Susanto, SE., MS**

Ketua Tim Penguji



**Dr. Nuryakin, S.E., MM**

Anggota Tim Penguji

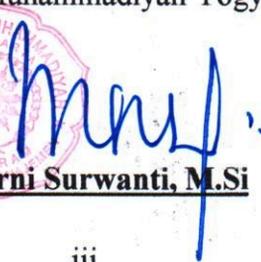


**Dr. Dra. Arni Surwanti, M.Si**

Anggota Tim Penguji

Mengetahui

Ketua Program Magister Manajemen  
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

  
**Dr. Arni Surwanti, M.Si**

## PERNYATAAN

Dengan ini saya,

Nama : Arup Wikana

Nomor Mahasiswa : 20171020015

Menyatakan bahwa tesis ini bukan merupakan hasil plagiat karya orang lain, melainkan hasil karya saya sendiri dan belum pernah diterbitkan oleh pihak manapun. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan apabila dikemudian hari ada yang mengklaim bahwa karya ini milik orang lain dan digunakan secara hukum, maka saya bersedia dituntut berdasarkan hukum yang berlaku di Indonesia.

Yogyakarta, 2 November 2019  
Yang Membuat Pernyataan


Arup Wikana  
20171020015