

**PENGARUH *PERCEIVED AUTHENTICITY*, *NARRATIVE APPEAL* DAN *INTERACTIVITY CUES* TERHADAP
IMPULSE BUYING PADA *PLATFORM MEDIA*
SOSIAL DENGAN *PARASOCIAL INTERACTION* SEBAGAI
VARIABEL MEDIASI**

TESIS

**M. DEDY RENDRA S.
NIM. 246110101031**



**universitas
MALIKUSSALEH**

**PROGRAM MAGISTER ILMU MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MALIKUSSALEH
LHOKSEUMAWE
JULI, 2026**

**PENGARUH *PERCEIVED AUTHENTICITY*, *NARRATIVE APPEAL* DAN
INTERACTIVITY CUES TERHADAP *IMPULSE BUYING* PADA
PLATFORM MEDIA SOSIAL DENGAN *PARASOCIAL*
INTERACTION SEBAGAI VARIABEL MEDIASI**

TESIS

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar
Magister Sains Manajemen

**M. DEDY RENDRA S.
NIM. 246110101031**



**PROGRAM MAGISTER ILMU MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MALIKUSSALEH
LHOKSEUMAWE
JULI, 2026**