PENGARUH *ATTRACTIVENESS, TRUSTWORTHINESS* DAN *CONTENT EXPERTISE* PADA *TRAVEL INFLUENCER* TERHADAP *BEHAVIORAL INTENTION TO VISIT THE RECOMMENDED DESTINATION* PASCABENCANA DENGAN *ATTITUDE TOWARD A TRAVEL INFLUENCER* SEBAGAI VARIABEL MEDIASI

TESIS

ROUZA FAKRIZA
NIM. 246110101006

universitas
MALIKUSSALEH

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

PENGARUH *ATTRACTIVENESS, TRUSTWORTHINESS* DAN *CONTENT EXPERTISE* PADA *TRAVEL INFLUENCER* TERHADAP *BEHAVIORAL INTENTION TO VISIT THE RECOMMENDED DESTINATION* PASCABENCANA DENGAN *ATTITUDE TOWARD A TRAVEL INFLUENCER* SEBAGAI VARIABEL MEDIASI

TESIS

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar
Magister Sains Manajemen

ROUZA FAKRIZA
NIM. 246110101006

universitas
MALIKUSSALEH

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