

**DINAMIKA *ONLINE-TO-OFFLINE COMMERCE*: PERAN
SOCIAL PROOF DAN *PERCEIVED VALUE* DALAM
MEMEDIASI PENGARUH *AFFILIATE MARKETING*
TERHADAP *PURCHASE DECISION* PADA
VOUCHER TIKTOK**

SKRIPSI



Disusun Oleh :

Nama Mahasiswa : Anugrah Bagas Apriyadi

N.I.M. : 225504891

Program Studi : Manajemen S1

**UNIVERSITAS PUTRA BANGSA
PROGRAM STUDI MANAJEMEN (S-1)**

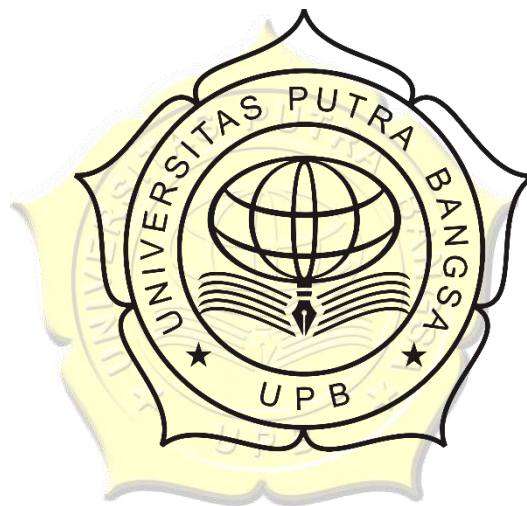
KEBUMEN

2026

**DINAMIKA *ONLINE-TO-OFFLINE COMMERCE*: PERAN
SOCIAL PROOF DAN *PERCEIVED VALUE* DALAM
MEMEDIASI PENGARUH *AFFILIATE MARKETING*
TERHADAP *PURCHASE DECISION* PADA
VOUCHER TIKTOK**

SKRIPSI

Ditulis dan diajukan untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar
Sarjana Strata-1 di Program Studi Manajemen Universitas Putra Bangsa



Disusun Oleh :

Nama Mahasiswa : Anugrah Bagas Apriyadi
N.I.M. : 225504891
Program Studi : Manajemen S1

**UNIVERSITAS PUTRA BANGSA
PROGRAM STUDI MANAJEMEN (S-1)
KEBUMEN
2026**