

**PENGARUH *USES AND GRATIFICATION THEORY, PERCEIVED
NETWORK SIZE* TERHADAP *CONTINOUS PURCHASE INTENTION*
YANG DIMEDIASI OLEH *PERCEPTION OF DIGITAL CELEBRITIES*
(STUDI KASUS *LIVE STREAMING SHOPPING TIKTOK*)**

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

Disusun oleh:
EVA LAELA HIDAYATI
2403212117



PJJ S2 MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS TELKOM
BANDUNG
2025