

**ANALISIS PENGARUH EFEKTIFITAS IKLAN
INTERNET DAN KELOMPOK REFERENSI TERHADAP
PERSEPSI KUALITAS DAN DAMPAKNYA TERHADAP
NIAT MENGGUNAKAN APLIKASI GAME
CLASH OF CLANS**

***THE INFLUENCE ANALYSIS OF INTERNET
ADVERTISING EFFECTIVENESS AND REFERENCE
GROUP ON PERCEIVED QUALITY AND ITS IMPACT ON
INTENTION TO USE CLASH OF CLANS GAME
APPLICATION***

TESIS

Diajukan Guna Memenuhi Sebagian Persyaratan
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Strata 2

Program Studi Magister Manajemen



**Diajukan Oleh:
MOCH FAOEZY
20121020052**

**Kepada:
PROGRAM PASCASARJANA
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA
2016**