

**ANALISIS PENGARUH *VISUAL APPEAL* DAN
PORTABILITY TERHADAP *URGE TO BUY*
IMPULSIVELY: PERAN *HEDONIC BROWSING* DAN
UTILITARIAN BROWSING SEBAGAI VARIABEL
INTERVENING**

**(Studi Pada Pembelian Produk *Start-Up Skincare* Somethinc Melalui
Shopee di Kota Semarang)**

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat
untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1)
pada Program Sarjana Fakultas Ekonomika dan Bisnis
Universitas Diponegoro

Disusun Oleh:

CHYNTHIA NOURA ELYSHA

NIM 12010120120062

FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS

UNIVERSITAS DIPONEGORO

SEMARANG

2024