

**ANALISIS PENGARUH *FLASH SALE* DAN *LIVE STREAMING*
TERHADAP *IMPULSE BUYING* DENGAN VARIABEL
*INTERVENING POSITIVE EMOTIONS***

(Studi pada Pengguna *E-commerce* 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:

FIOLITA NURMADEWI

NIM. 12010121120063

FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS

UNIVERSITAS DIPONEGORO

SEMARANG

2025