

Pengaruh *Entertainment Marketing, Desire to Postpone Closure, Consumer Engagement dan Impulsive Buying* terhadap *Purchase Intention* pada Platform TikTok Shop



SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat
Untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1)
Pada Program Sarjana Fakultas Ekonomi
Universitas Diponegoro

Disusun oleh:

Aryaputra Laurentius Wiryawan

NIM. 12010121140245

FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS

UNIVERSITAS DIPONEGORO

SEMARANG

2025