

**ANALISIS PENGARUH *IMPULSE BUYING TENDENCY*,
SHOPPING ENJOYMENT TENDENCY, *MATERIALISM*,
SITUATIONAL FACTOR DAN *SALES PROMOTION*
TERHADAP *IMPULSE BUYING***

**(Studi Pada Mahasiswa dan Mahasiswi Konsumen Shopee di Kota
Semarang Pada Saat Terjadi Pandemi Covid-19)**



SKRIPSI

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

Disusun oleh:

WIKKA NINDYA PUTRI

NIM. 12010116120017

FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS

UNIVERSITAS DIPONEGORO

SEMARANG

2020