

**PENGARUH URGENSI *FLASH SALE*
DISCOUNT, *PRODUCT CHARACTERISTICS*,
DAN *PERCEIVED SCARCITY* TERHADAP
IMPULSIVE BUYING DENGAN *CUSTOMER*
ENGAGEMENT SEBAGAI VARIABEL
INTERVENING (STUDI PADA PEMBELI
PARFUM VIRAL MYKONOS PADA PLATFORM
TIKTOK)**

SKRIPSI

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

Disusun oleh :

MUHAMMAD REYHAN ALFHAYET
NIM. 12010122140211

**FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG
2026**