

**PENGARUH *SOCIAL PRESENCE* TERHADAP
PERILAKU PEMBELIAN IMPULSIF PADA
SIARAN LANGSUNG TIKTOK DENGAN
KEPERCAYAAN KONSUMEN SEBAGAI
VARIABEL INTERVENING
(Studi pada Merek Somethinc)**



SKRIPSI

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

Disusun oleh:

Nadia Aqilah Ranaa

12010119130206

**FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG**

2023