

***ANALISIS PENGARUH PERCEIVED USEFULNES,
PERCEIVED ENJOYMENT, PERCEIVED
GRATIFICATION, PERCEIVED INTERACTIVITY
TERHADAP IMPULSIVE BUYING DENGAN
POSSITIVE ATTITUDE TOWARDS LIVE STREAMING
SEBAGAI VARIABEL INTERVENING***



SKRIPSI

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

Disusun oleh:

YUSUF AKBAR ZULVIGHAR
NIM. 12010120130243

**FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG
2024**