

**ANALISIS FAKTOR–FAKTOR YANG
MEMENGARUHI PERILAKU *IMPULSIVE
BUYING* PADA *LIVE STREAMING
TIKTOKSHOP* DENGAN *PERCEIVED
ENJOYMENT* SEBAGAI *VARIABEL
INTERVENING***

**(Studi Kasus Generasi Z Beragama Islam di Kota
Semarang)**



SKRIPSI

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

Disusun Oleh :

VIRGIAWAN AGUSTIAR NUGRAHA
NIM. 12020221140105

**FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG
2025**