

**PENGARUH *FLASH SALE*, *ENTERTAINMENT*,
DAN *SOCIAL INFLUENCE* TERHADAP *LIVE-
STREAM IMPULSE BUYING* MELALUI
POSITIVE EMOTIONS SEBAGAI VARIABEL
MEDIASI**

**(Studi pada Konsumen Produk Glad2Glow di
TikTok Shop Kota Semarang)**



TESIS

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Magister
Manajemen (S2) pada Program Pascasarjana Fakultas Ekonomika dan
Bisnis Universitas Diponegoro**

Disusun oleh:

**ISTINING AMELIA NURSAFITRI
NIM. 12010124420125**

**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG
2025**