

**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**