

**ANALISIS PENGARUH PEMASARAN MEDIA  
SOCIAL, REPUTASI INFLUENCER, DAN  
DISKON HARGA TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN IMPULSIF MELALUI  
KEPERCAYAAN MEREK SEBAGAI  
VARIABEL INTERVENING  
(Studi Pada Pengguna Tiktok Shop 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:

**YOHANA GRACELIA**

**NIM. 12010119120065**

**FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS  
UNIVERSITAS DIPONEGORO  
SEMARANG**

**2023**