

**PENGARUH *ANTHROPOMORPHISM* DAN
MEDIA RICHNESS TERHADAP *PURCHASE*
INTENTION MELALUI *PSYCHOLOGICAL*
DISTANCE DAN *CUSTOMER ENGAGEMENT*
DENGAN PERAN *LIVE STREAMING* DAN
CELEBRITY ENDORSEMENT (Studi pada
Pengguna Aplikasi TikTok 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:

MUHAMMAD FAIZA TRISNANDA

NIM. 12010122120057

FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS

UNIVERSITAS DIPONEGORO

SEMARANG

2026