

**ANALISIS PENGARUH *SOCIAL COMMERCE*
DAN *INTERAKSI REALTIME* TERHADAP
PEMBELIAN IMPULSIF DENGAN
KEPERCAYAAN SEBAGAI MEDIASI
(STUDI PENGGUNA PLATFORM TIKTOK
SHOP PADA GENERASI Z DI KOTA
SEMARANG)**



TESIS

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk
memperoleh derajat sarjana S2 Magister Manajemen
Universitas Diponegoro**

**Disusun oleh:
MUARIF SANJAYA
NIM. 12010124410012**

**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG
2026**