

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI  
PERILAKU PEMBELIAN IMPULSIF *ONLINE*  
DENGAN DORONGAN PEMBELIAN IMPULSIF  
*ONLINE* SEBAGAI VARIABEL INTERVENING**

(Studi Kasus pada Pembelian Barang melalui  
Tokopedia di Indonesia)



**SKRIPSI**

Diajukan sebagai salah satu syarat  
untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1)  
pada program sarjana Fakultas Ekonomika dan Bisnis  
Universitas Diponegoro

Disusun oleh:

**JEREMIA RAIN LASUT**  
**NIM 12010116140095**

**FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS  
UNIVERSITAS DIPONEGORO  
SEMARANG  
2020**