

**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**