

**ANALISIS PENGARUH *IMPULSE BUYING TENDENCY*,  
*SHOPPING ENJOYMENT TENDENCY*, *MATERIALISM*,  
*SITUATIONAL FACTOR* DAN *SALES PROMOTION*  
TERHADAP *IMPULSE BUYING***

**(Studi Pada Mahasiswa dan Mahasiswi Konsumen Shopee di Kota  
Semarang Pada Saat Terjadi Pandemi Covid-19)**



**SKRIPSI**

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

Disusun oleh:

**WIKKA NINDYA PUTRI**

**NIM. 12010116120017**

**FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS  
UNIVERSITAS DIPONEGORO  
SEMARANG**

**2020**