

**SKRIPSI**  
**PENGARUH KARAKTERISTIK *LIVE STREAMING SHOPPING* TERHADAP**  
***IMPULSIVE BUYING* DENGAN *CONSUMER TRUST* DAN *FLOW EXPERIENCE***  
**SEBAGAI VARIABEL MEDIASI**  
**(STUDI PADA PENGGUNA *E-COMMERCE SHOPEE LIVE FASHION*)**



Disusun Oleh:

ZAHRINA HASNA MURTI

NIM C1B019057

KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET, DAN TEKNOLOGI  
UNIVERSITAS JENDERAL SOEDIRMAN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
JURUSAN MANAJEMEN  
2025