

SKRIPSI

**PENGARUH DAYA TARIK *STREAMER*, INTERAKSI PARASOSIAL, DAN
KUALITAS INFORMASI TERHADAP PEMBELIAN IMPULSIF TIKTOK
LIVE SHOPPING PADA PRODUK *FASHION* DENGAN *AROUSAL*
SEBAGAI MEDIASI.**



Oleh:

NUR HAMIDULLAH

C1B021111

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS, DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS JENDERAL SOEDIRMAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
JURUSAN MANAJEMEN**

2026