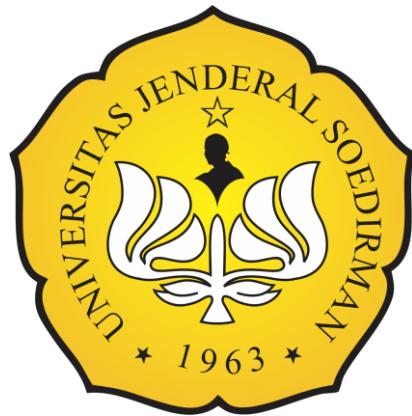


**SKRIPSI**

**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**