

PENGARUH PEMBELIAN IMPULSIF PADA *LIVE STREAM E-COMMERCE*: PERSPEKTIF KERENTANAN KONSUMEN DAN TIPE PRODUK

SKRIPSI

Disusun Oleh:

Muhammad Idham HM - 1401204240



**MANAJEMEN BISNIS TELEKOMUNIKASI DAN INFORMATIKA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS TELKOM
BANDUNG
2025**