

**Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Impulse Buying dalam
Live streaming Tiktok Berdasarkan Model Stimulus-Organism-
Response (SOR)**

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar
Manajemen Bisnis dari Program Studi Manajemen Bisnis Telekomunikasi dan Informatika

Disusun Oleh:

Tarra Pinkan Azzahra

1401213200



MANAJEMEN BISNIS TELEKOMUNIKASI DAN INFORMATIKA

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS TELKOM

BANDUNG

2025