

**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**