

**PENGARUH FAKTOR SITUASI (*INTERPERSONAL INFLUENCE*,  
*VISUAL APPEAL*, *PORTABILITY*) DAN FAKTOR REAKSI (*HEDONIC  
BROWSING* DAN *UTILITARIAN BROWSING*) TERHADAP *IMPULSIVE  
BUYING* PADA PENGGUNA SHOPEE**

**SKRIPSI**

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

Disusun Oleh :

**MITA AREN PERTIWI**

**1401184152**



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

**BANDUNG**

**2022**