

**PERAN DARI *PERCEIVED BENEFIT* DAN  
*PERCEIVED RISK* DALAM MEMEDIASI *MOBILE  
MARKETING* TERHADAP *IMPULSIVE BUYING E-  
COMMERCE* TIKTOK SHOP DI TASIKMALAYA**

Oleh

**Naufal Nasrullah**

**203402231**

**SKRIPSI**

Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Ujian Guna Memperoleh Gelar Sarjana Pada  
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Siliwangi



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS SILIWANGI  
TASIKMALAYA**

**2024**

**PERAN DARI *PERCEIVED BENEFIT* DAN  
*PERCEIVED RISK* DALAM MEMEDIASI *MOBILE*  
*MARKETING* TERHADAP *IMPULSIVE BUYING E-*  
*COMMERCE* TIKTOK SHOP DI TASIKMALAYA**

Oleh

**Naufal Nasrullah**

**NPM 203402231**

**Di Bawah Bimbingan:**

**Prof. Dr. H. Kartawan S.E., M.P**

**R. Lucky Radi Rinandiyana S.E., M.Si.**

**SKRIPSI**

Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Ujian Guna Memperoleh Gelar Sarjana Pada  
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Siliwangi

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS SILIWANGI  
TASIKMALAYA**

**2024**