

**ANALISIS DAMPAK DARI *SOCIAL PRESENCE*, *INTERACTIVITY*,  
*ATTRACTIVENESS* DAN *EXPERTISE* PADA *FLOW* TERHADAP  
*PURCHASE INTENTION* DAN *CONTINUOUS WATCHING INTENTION*  
LIVE STREAMING TIKTOK SHOP**



**Disusun Oleh:**

**Nurul Lutfia**

**20201131023**

**SKRIPSI**

**Diajukan untuk Melengkapi Sebagian Syarat Guna Mencapai Gelar Sarjana  
Manajemen Pemasaran Program Studi Manajemen**

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI**

**INDONESIA BANKING SCHOOL**

**JAKARTA**

**2024**