

**PENGARUH *ONLINE ADVERTISING*, *PERCEIVED USEFULLNESS*,
PERCEIVED EASE OF USE, DAN *PERCEIVED INTERACTIVITY*
TERHADAP *IMPULSE BUYING* PADA *MOBILE STREAMING*
APPLICATION DISNEY PLUS HOTSTAR
(Survei di Kota Depok, Jawa Barat)**

SKRIPSI



DISUSUN OLEH :

OHAN BERLYANTI

NIM. 141180055

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"
YOGYAKARTA**

2022