

**PENGARUH *SCARCITY PERSUASION* DAN *PRICE PERCEPTION* TERHADAP *ONLINE IMPULSE BUYING BEHAVIOUR* YANG DIMEDIASI OLEH *AROUSAL***

**(Survei pada Konsumen *Live Streaming Tik Tok* produk *Skincare* merek *Skintific*)**

**TESIS**



Disusun Oleh:  
**Monika Dini Landria**  
241232013

**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN  
PROGRAM PASCA SARJANA  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" YOGYAKARTA  
YOGYAKARTA  
2026**