

PENGARUH INTENSITAS PENGGUNAAN *FLASH SALE* DAN *LIVE SHOPPING* TERHADAP *IMPULSE BUYING* PADA *E-COMMERCE*

(Survey Pada Siswa Kelas X dan XI di SMAN 22 Bandung)

SKRIPSI

**Disusun Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sarjana
Pendidikan Ekonomi**



Oleh

SANIYYAH FITRI

NPM 205020025

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN EKONOMI
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
UNIVERSITAS PASUNDAN
BANDUNG
2024**