

PENGARUH *HEDONIC SHOPPING, LIVE STREAMING SHOPPING* DAN *FLASH SALE* TERHADAP *IMPULSIVE BUYING*
(Studi Pada Customer Shopee Kota Bandung)

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Guna Memperoleh Gelar Sarjana
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Oleh:

Fadiyah Nur Kaltsum

204010026



PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PASUNDAN
BANDUNG

2025