

PENGARUH CAMPAIGN SHOPEE AFFILIATE SEBAGAI *SOCIAL MEDIA MARKETING* TERHADAP PEMBELIAN IMPULSIF PADA PRODUK FASHION DI TIKTOK (DENGAN VARIABEL INTERVENING MOTIVASI BELANJA HEDONIS)

SKRIPSI

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk
Memperoleh Gelar Sarjana Administrasi Bisnis
Program Studi Administrasi Bisnis

Disusun Oleh :
Rizqi Nurazizah
1501184125



PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS

FAKULTAS KOMUNIKASI DAN BISNIS

UNIVERSITAS TELKOM

BANDUNG

2022