

HALAMAN PENGESAHAN

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

Disusun Oleh :
Rizqi Nurazizah
1501184125



Marheni Eka Saputri, S.T., M.B.A

FAKULTAS KOMUNIKASI DAN BISNIS

UNIVERSITAS TELKOM

BANDUNG

2022