

**HALAMAN PENGESAHAN**

**PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* DAN *HEDONIC SHOPPING VALUE* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
IMPULSIF PADA PENGGUNA MARKETPLACE  
(Studi kasus pada pembelian produk *fashion* di Shopee)**

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen dari Program  
Studi Manajemen Bisnis Telekomunikasi Informatika

Disusun Oleh:

NAMA: RIF'ATULLAH ASY'ARI

NPM: 1401194074



Pembimbing 1,



(EVA NURHAZIZAH, S.T., M.M)

**S1 MANAJEMEN BISNIS TELEKOMUNIKASI DAN INFORMATIKA  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
TELKOM UNIVERSITY  
BANDUNG  
2024**