

HALAMAN PERSETUJUAN

PENGARUH *SALES PROMOTION*, *FINANCIAL LITERACY*, *HEDONIC BROWSING* DAN *UTILITARIAN BROWSING* TERHADAP *IMPULSE BUYING* (STUDI KASUS PENGGUNA SHOPEE PADA GEN Z DI JAWA BARAT)

SKRIPSI

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

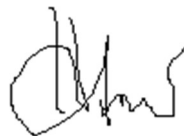
Disusun oleh:

Najwan Fakhri Kurnia

1501202248



Pembimbing



Dr. Sita Deliyana Firmialy, S.E., M.S.M.

NIP / NIDN: 20840012-3

**PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS
FAKULTAS KOMUNIKASI DAN BISNIS
UNIVERSITAS TELKOM
BANDUNG
2024**