

**HALAMAN PENGESAHAN**

**PENGARUH SALES PROMOTION, UTILITARIAN, SELF ESTEEM, HEDONIC MOTIVE  
TERHADAP PURCHASE DECISION DENGAN IMPULSE BUYING DAN BEHAVIOR  
INTENTION SEBAGAI INTERVENING VARIABLE DI SHOPEE PADA GEN Z**

**TESIS**

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk  
memperoleh gelar Magister  
Studi Magister Manajemen

Disusun Oleh:

Virnanda Laraswati

2401212151



Pembimbing



Prof. Dra. Indrawati, M.M., Ph.D.

**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**UNIVERSITAS TELKOM**

**BANDUNG**

**2024**