

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**