

**PENGARUH SCARCITY MESSAGE DAN HEDONIC SHOPPING
MOTIVATION TERHADAP IMPULSE BUYING MELALUI PERCEIVED
ENJOYMENT DAN DAMPAKNYA TERHADAP POST-PURCHASE
DISSONANCE PADA SHOPEE LIVE**

TESIS

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar

Magister Administrasi Bisnis

Disusun Oleh

Helda Widyarani Lutviari

205012320036



PROGRAM STUDI MAGISTER ADMINISTRASI BISNIS

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS TELKOM

BANDUNG

2025