

PENGARUH POTONGAN HARGA DAN *ELECTRONIC WORD OF MOUTH (E-WOM)* TERHADAP PERILAKU IMPULSE BUYING PRODUK *SKINCARE* PADA *TIKTOK SHOP* (STUDI PADA MAHASISWA/I MANAJEMEN STAMBUK 2019-2022 UNIVERSITAS NEGERI MEDAN)

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan Memperoleh

Gelar Sarjana Manajemen

Oleh :

DESY RAHMAWATI

NIM : 7193210022



FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS NEGERI MEDAN

2023